

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

QUI SONT CES PERSONNES QUI RESPECTENT LES SECRETS ?

LE RÔLE DES TRAITS DE PERSONNALITÉ

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAÎTRISE EN ADMINISTRATION DES AFFAIRES

PAR

MARIAM HAMID

AVRIL 2012

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

La rédaction d'un mémoire n'est pas une tâche facile ; elle nécessite beaucoup de temps et d'énergie. Il y a un adage qui dit qu'il faut tout un village pour élever un enfant. Nul besoin d'insister sur le fait que ce travail ne s'accomplit pas seul et qu'il nécessite la contribution de plusieurs personnes.

J'aimerais tout d'abord remercier Madame Hélène Delerue, ma directrice de mémoire, qui a été une importante source de motivation, d'inspiration et de stimulation intellectuelle. Par son savoir-faire, sa créativité, son expérience, ses compétences et son souci d'amélioration continu, elle m'a permis d'atteindre des niveaux surprenants dans le champ de la recherche. Ce fut une chance de travailler à ses côtés. Sans son aide, sa disponibilité et ses précieux conseils, la qualité de ce document serait sans doute inférieure à ce qu'elle est. Je la remercie entre autres pour la manière dont elle m'a encadrée, c'est-à-dire avec beaucoup de franchise, de considération humaine et individuelle et de rétroaction. Je la remercie pour avoir cru en moi et misé sur moi.

Je remercie tous mes professeurs du programme de maîtrise en administration pour leur enseignement qui m'a énormément permis d'apprendre.

J'aimerais aussi remercier mes collègues de travail, les étudiants, qui, depuis les dernières années, font partie intégrante de ma vie sociale. Sans une motivation collective, de l'entraide, des nuits blanches, des pauses café et surtout des moments de rires, rien n'aurait été aussi plaisant et stimulant.

Ma présence à l'université n'aurait été possible s'il n'y avait pas eu la présence de mes formidables parents, mes merveilleuses sœurs et mon unique frère. Leurs encouragements ont toujours été un important levier de motivation et le sera toujours. Sans leur amour, leur affection et leur réconfort les choses auraient été difficiles.

À tous, un gros merci. Votre soutien a rendu ce mémoire possible et aujourd'hui je le partage avec vous.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES.....	vi
LISTE DES TABLEAUX.....	vii
LISTE DES ABRÉVIATIONS	viii
RÉSUMÉ	ix
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I	
REVUE DE LITTÉRATURE.....	4
1.1 Mesures de protection du secret commercial.....	5
1.1.1 Les procédures restrictives d'accès à l'information.....	6
1.1.2 Les procédures de traitement de l'information.....	9
1.2 Accord de secret et notion d'engagement des employés	10
1.3 Hypothèses : Traits de personnalité et obligation du respect du secret commercial	14
1.3.1 Stabilité émotionnelle et protection du secret commercial	18
1.3.2 Le locus de contrôle (ou degré d'immanence) et protection du secret.....	19
1.3.3 Auto efficacité généralisée et protection du secret commercial.....	20
1.3.4 L'estime de soi et protection du secret commercial	21
1.3.5 Conclusion.....	23
CHAPITRE II	
LA MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE	24
2.1 L'échantillon et la collecte des données.....	24
2.1.1 L'échantillon	24
2.1.2 Biais de la variance commune.....	25
2.2 Les mesures des variables.....	25
2.2.1 Les variables indépendantes	26

2.2.2	Les variables de contrôle.....	27
2.2.3	La variable dépendante.....	30
2.3	La méthode d'analyse	33
2.3.1	Modèle théorique	33
2.3.2	Tests statistiques et règle de décision.....	35
2.4	Conclusion	36
CHAPITRE III		
	PRÉSENTATION DES RÉSULTATS.....	37
3.1	Les caractéristiques de l'échantillon	37
3.2	L'analyse des données.....	37
3.3	Les résultats de la recherche	41
3.4	L'influence des variables de contrôle	42
3.5	Conclusion	42
CHAPITRE IV		
	DISCUSSION DES RÉSULTATS.....	45
4.1	L'impact des traits de personnalité sur l'obligation des employés face au secret commercial.....	45
4.2	L'impact des variables de contrôle sur les traits de personnalité.....	49
	CONCLUSION.....	51
APPENDICE A		
	QUESTIONNAIRE	55
APPENDICE B		
	ANALYSE DE FIABILITÉ DES CONSTRUITS (α DE CRONBACH)	70
APPENDICE C		
	TABLEAUX DES CORRÉLATIONS	73

APPENDICE D

MODÈLES DE RÉGRESSIONS.....	76
-----------------------------	----

BIBLIOGRAPHIE.....	83
--------------------	----

LISTE DES FIGURES

Figure	Page
1. Modèle conceptuel	37

LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
2.1 Mesures des variables	31
2.2 Construction des variables dépendantes et indépendantes.....	33
2.3 Construction des variables de contrôle	33
3.1 Statistiques descriptives et corrélations	39
3.2 Modèles des régressions.....	40
3.3 Résultats pour la variable indépendante.....	43
3.4 Résumé de l'influence des variables de contrôle sur les modèles	44

LISTE DES ABRÉVIATIONS

CCQ	Code civil du Québec
CSE	Core self-evaluation ou Noyau d'évaluation de soi
ES	Stabilité émotionnelle
GSE	Auto efficacité généralisée
LENGH	Ancienneté
LOCUS	Locus de contrôle
MM	Attitude des employés face à l'obligation de protéger le secret commercial
MBA	Maîtrise en Administration des Affaires
POF	Compatibilité avec l'organisation perçue par les employés
R&D	Recherche et développement
RSE	Rosenberg's self esteem scale ou Échelle d'estime de soi de Rosenberg
SE	Estime de soi
SEX	Sexe
UQÀM	Université du Québec à Montréal
WLSC	Work Locus Scale of control

RÉSUMÉ

La présente recherche a pour objectif d'étudier l'effet exercé par les traits de personnalité sur le sentiment d'obligation des employés à respecter les accords de secret. Le concept de traits de personnalité appelé noyau d'évaluation de soi (Core self evaluation ou CSE) est composé de quatre principaux traits qui sont l'estime de soi, l'auto efficacité, la stabilité émotionnelle et le locus de contrôle. Ces traits de personnalité sont mis en relation avec les trois dimensions de l'engagement organisationnel à savoir l'engagement affectif, normatif et de continuité. L'obligation de respecter les accords de secret fait référence à la dimension de continuité de l'engagement mais également à la dimension normative de l'engagement. Le but principal de cette recherche est de faire progresser les connaissances académiques dans ce domaine. La recherche repose sur une démarche hypothético-déductive. Les hypothèses ont été testées sur un échantillon de 115 employés d'une filiale canadienne de technologie. La méthode de collecte des données est un questionnaire et la technique d'analyse de celle-ci est la méthode des moindres carrés ordinaires. Le test de 'student' a été appliqué pour apprécier la significativité individuelle des variables. Les résultats montrent que le locus de contrôle interne et l'auto efficacité généralisée influencent le sentiment d'obligation des employés à protéger le secret commercial tandis que l'estime de soi et la stabilité émotionnelle ne semblent a priori avoir aucune incidence. La perception de la compatibilité entre l'employé et l'organisation (Perceived Organizational Fit) et l'obligation des employeurs sont les variables de contrôle les plus importantes car, elles sont significatives dans quasiment tous les modèles.

Mots clés : Accords de secret, noyau d'évaluation de soi, traits de personnalité, propriété intellectuelle, engagement, obligation des employeurs, locus de contrôle, estime de soi, auto efficacité généralisée, stabilité émotionnelle

INTRODUCTION

La mondialisation, la déréglementation, le développement des services et l'émergence des nouvelles technologies, entraînent la mobilité des ressources financières et humaines. Par ailleurs, cette nouvelle configuration de l'économie pousse les entreprises à innover davantage et être plus créative face à la compétitivité accrue. Les investissements dans la recherche et développement (R&D) permettent aux entreprises de se différencier, d'obtenir un monopole grâce aux innovations. Toutefois, les entreprises innoveront dans la mesure où elles s'approprient les retours sur ces investissements de R&D. L'appropriation des retours sur investissement n'est possible que lorsque les entreprises sont capables de protéger leurs actifs intellectuels. La littérature souligne l'existence de plusieurs types de mécanismes de protection : les mécanismes légaux principalement, les brevets et les mécanismes managériaux, notamment le secret commercial. Les mécanismes managériaux de protection se substituent aux mécanismes légaux pour les actifs non brevetables et lorsque le degré de tacite des actifs est élevé (Ronde, 2001).

Ces actifs sont souvent des connaissances ancrées dans les individus. Ainsi, bien que le secret commercial présente des avantages comparativement aux brevets en termes de coûts de procédures par exemple, le risque lié à la divulgation des connaissances protégées par le secret est important. Les secrets et les informations confidentielles peuvent être divulgués soit de manière volontaire ou involontaire par les salariés soit suite à un départ volontaire. L'un des cas ayant fait récemment la une de l'actualité des affaires a donné lieu à l'arrêt *Dupont vs Kolon industry*. L'arrêt *Dupont vs Kolon Industry* traduit une dispute relative à la protection des actifs intellectuels, notamment les secrets commerciaux entre Kolon Industries -une compagnie sud-coréenne- concernant la production et le marketing du produit Kevlar, propriété de DuPont, -compagnie américaine du secteur de la chimie-. Michael Mitchell, un employé de Kolon qui avait déjà travaillé chez Dupont, avait gardé certaines informations hautement confidentielles sur son ordinateur personnel et les avait illégalement

transmises à son nouvel employeur. Suite à une enquête menée par le *Federal Bureau of Investigation*, Mitchell a plaidé coupable au vol de secrets commerciaux et a été condamné à 18 mois d'emprisonnement en Mars 2010.

Le 14 septembre 2011, les tribunaux ont statué en faveur de Dupont qui a obtenu 919.9 millions \$ en dommage et intérêt.

Quels facteurs peuvent expliquer de tels agissements? Dans quelle mesure la personnalité de l'individu peut-elle expliquer sa capacité à adopter des attitudes éthiques et notamment en termes de protection et respect des accords de secret?

L'objectif de ce mémoire est d'apporter des réponses à ces questions.

Il a été montré que les traits de la personnalité ont un impact sur le comportement et l'attitude des salariés en termes de motivation (Chen, Gully, et Eden, 2004), satisfaction au travail (Judge et Bono, 2001), voire performance (Erez et Judge, 2001; Judge et Bono, 2001). Les recherches s'appuient généralement sur deux grands modèles : Le modèle du « Big Five » ou « Norman big five » élaboré par Norman (1963), composé de cinq traits de personnalité (l'extraversion, la stabilité émotionnelle (vs. Névrotisme), l'amabilité ou la complaisance ; le contrôle ou l'esprit consciencieux ; l'ouverture à l'expérience). Ce modèle n'inclut pas le concept d'estime de soi qui selon certains auteurs, représente une dimension importante de la personnalité (e.g. Baudin 2007). En cherchant à faire progresser la recherche sur les origines dispositionnelles de la satisfaction au travail, Judge et al. (1997) ont élaboré un modèle proposant un construit d'ordre supérieur qu'ils ont appelé « *core self-evaluation* » (CSE; éléments centraux de l'évaluation de soi) ou « *positive self-concept* » (concept de soi positif). Le construit de noyau d'évaluation de soi a été proposé au départ comme une variable explicative potentielle des origines dispositionnelles de la satisfaction au travail (Judge et al., 1997). Le CSE est dérivé d'aspects venant de huit champs différents qui sont la philosophie, la satisfaction au travail, le stress, le développement de l'enfant, la psychologie clinique, de la personnalité, sociale et la pratique de la psychologie sociale (Baudin, 2009). La revue de littérature menée par Judge et al. (1997) a débouché sur la découverte de quatre

traits: l'estime de soi, le sentiment d'efficacité personnelle généralisée (ou efficacité auto généralisée), la stabilité émotionnelle (vs névrosisme) et le locus de contrôle. D'autres traits tels que l'optimisme dispositionnel et l'affectivité positive pouvaient également être intégrés au concept de « noyau d'évaluation de soi » mais Judge et al. (1997) ont préféré centrer leurs recherches seulement sur ces quatre traits qui leurs sont apparus comme les plus fondamentaux.

La démarche de recherche est hypothético-déductive. Les hypothèses ont été testées auprès d'un échantillon de 473 salariés d'une filiale canadienne de technologie. Les résultats confirment l'importance des traits de personnalité et l'attitude des individus face à la protection des secrets commerciaux et organisationnels. Cette recherche est au carrefour, de la psychologie et du management. Elle enrichit la littérature sur les mécanismes qui favorisent la protection des secrets commerciaux en mettant l'accent sur l'individu et ses caractéristiques individuelles.

Ce mémoire est organisé en quatre chapitres. Le premier chapitre présente la revue de la littérature. Le deuxième décrit la méthode de recherche. Le troisième présente les résultats obtenus. Le quatrième chapitre présente une discussion des résultats obtenus. Cette étude se termine par une conclusion générale qui présente les principales contributions théoriques et managériales de la recherche.

CHAPITRE I

REVUE DE LITTÉRATURE

« Un secret commercial peut consister en une formule, un modèle, un instrument ou une compilation d'informations qui est utilisée par une entreprise et qui lui permet d'obtenir un avantage sur les entreprises concurrentes qui ne le possèdent pas ou qui ne l'utilisent pas. Il peut être une formule d'un composé chimique, un procédé de fabrication, le traitement ou la préservation des matériaux, un modèle pour une machine ou un autre type d'engin, ou une liste de clients»¹(American Law Institute, 1939 dans Cheung, 1982).

Le secret est plus efficace que le brevet dans la protection de processus qui sont souvent invisibles et cachés dans les entreprises (Levin et al. 1987 ; Cohen et al. 2000). Par exemple, des entreprises, telles que Coca-Cola, ou Kentucky Fried Chicken utilisent le « secret » pour protéger leurs compétences stratégiques et leurs innovations (Ronde, 2001; Hannah, 2006). Par ailleurs, comparativement au brevet, le secret procure à son détenteur un avantage sur une durée indéterminée (Ronde, 2001). La perte d'informations confidentielles et le non-respect des accords de secret par les salariés peuvent entraîner pour les entreprises des pertes financières importantes. Hannah, (2005) reporte qu'en 1992 les compagnies américaines ont perdu plus de 250 milliards de dollars en raison de la perte d'informations confidentielles. Une enquête publiée par « American Society for Industrial Security »,

¹ "A trade secret may consist of any formula, pattern, device or compilation of information which is used in one's business and which gives him an opportunity to obtain an advantage over competitors who do not know how or use it. It may be a formula for a chemical compound a process of manufacturing, treating or preserving materials, a pattern for a machine or other device, or a list of customers".

souligne qu'entre juillet 2000 et juin 2002, près de 130 firmes ont perdu plus de 50 milliards de dollars US suite à une divulgation de leurs secrets commerciaux.

Les quelques travaux s'intéressant aux problématiques que soulèvent les secrets ont principalement portés sur les mécanismes managériaux et la performance de ces mécanismes (Hannah, 2005, 2006 ; Liebeskind, 1997) en termes d'obligation perçue par les salariés de respecter les accords de secret.

Par ailleurs, les travaux portant sur l'engagement organisationnel soulignent que le respect des accords de secret est une forme d'engagement.

1.1 Mesures de protection du secret commercial

Peu d'études empiriques ont porté sur les problématiques que soulève la protection des secrets dans les organisations. À notre connaissance, les seules études empiriques actuelles sont celles proposées par Hannah (2005, 2006, 2007). Les articles de Liebeskind (1997) et Maurer et Zugelder (2000), présentent d'avantage des perspectives conceptuelles. Maurer et Zugelder (2000) soulignent l'importance des mesures administratives -les accords de non divulgation, de cession d'invention, les conventions de non compétition des anciens employés, les politiques et documentation de protection du secret commercial, les interviews de départ et d'embauche et physiques de la protection du secret commercial. Liebeskind (1997) définit trois types de mécanismes de protection de l'information confidentielle : les règles (sanction à l'encontre des employés qui divulguent le secret commercial), les régimes de compensation (primes de non divulgation de secret) et l'isolation structurelle (cloisonnement des employés).

D'autres articles analysent des mécanismes particuliers. Arion (1997), souligne l'avantage de mettre en place avec le concours de la haute direction des procédures de gestion de l'information confidentielle ou de la propriété intellectuelle de l'entreprise à travers le développement d'un programme informatique qui

permettrait d'identifier l'information confidentielle, d'en évaluer le risque de divulgation, de le classer, de développer les contrôles de sécurité et de procéder à un examen effectif.

Firth (2006) montre que le fait de diviser la connaissance de l'information confidentielle entre plusieurs employés est un moyen de protection.

Zabojnik (2002) met l'accent sur les mécanismes de compensations et le niveau de rémunération. Il constate que les gestionnaires ont tendance à surpayer leurs subordonnés afin de protéger le secret commercial ce qui a pour conséquence d'entraîner également une hausse de leurs salaires. Delerue et Lejeune (2010) suggèrent que les mécanismes de compensation via leur impact sur les départs volontaires favorisent la protection des secrets et des informations confidentielles. Il faut éviter le turnover et restreindre la mobilité des salariés (Delerue et Lejeune, 2010).

De toute cette littérature, nous présentons la classification retenue par Hannah (2005) qui distingue deux types de procédures : (1) les procédures restrictives d'accès à l'information et (2) les procédures de traitement de l'information.

1.1.1 Les procédures restrictives d'accès à l'information

Les règles restrictives d'accès à l'information sont étroitement liées à la manière dont sont contrôlés les flux d'information et le partage des connaissances. Cet ensemble de règles s'appuie sur des procédures formelles et ont pour objectif de renforcer les procédures de protection légales (Maurer et Zugelder, 2000). Elles incluent les procédures suivantes :

(1) Interdire l'accès aux documents :

Il s'agit d'interdire l'accès de certaines connaissances et informations détenues par certains employés à d'autres en signalant le caractère confidentiel et top secret des documents, en renforçant les possibilités de duplication en y accolant, par exemple, des étiquettes ultra violettes. Rich et Janos (1994) donnent une description de la manière dont les documents ont été protégés chez Lockheed'S Skunkworks (Liebeskind, 1997). « Chaque document portant sur le projet [StealthFighter] devait être estampillé top secret, indexé dans un système de classement de sécurité spéciales, et enfermé. Ils ont même imposé une règle stricte appliquée à deux hommes: aucun ingénieur ou employé de magasin ne peut être laissé seul dans une pièce avec un plan. Si un machiniste doit aller aux toilettes, le co-équipier doit refermer le plan jusqu'à ce que son collègue soit de retour » (Rich et Janos, 1994; 23, dans Liebeskind (1997: 631)². Ces documents peuvent également être gardés dans des lieux maintenus secrets voire protégés.

Il s'agit aussi de sécuriser les données numériques et les documents informatisés en limitant l'accès aux ordinateurs via des mots de passe et des pare-feu par exemple. Les nombreuses menaces via internet relatées dans la presse traduisent les limites de l'efficacité de ces procédures. Jordan et Taylor, (1998) ont trouvé une enquête menée en 1996 par WarRoom auprès de 236 entreprises commerciales aux États-Unis qui rapporte que 58% d'entre elles ont fait l'objet de menaces et de tentatives de vols de données via l'internet, (Liebeskind, 1997).

²“Every piece of paper dealing with the [Stealth Fighter] project had to be stamped top secret, indexed in a special security filing system, and locked away . . . They imposed a strictly enforced two-man rule: no engineer or shop worker could be left alone in a room with a blueprint. If one machinist had to go to the toilet, the co-worker had to lock up the blueprint until his colleague returned” (Rich et Janos, 1994; 23, in Liebekind (1997: 631).

(2) Limiter la communication entre les différentes catégories d'employés :

Les recherches en sciences sociales ont démontré que le secret sépare les individus (Fine and Holyfield, 1996). En fait, garder des secrets nécessite tant au niveau individuel qu'au niveau du groupe, un processus actif d'inclusion et d'exclusion sociale (Keane, 2008). Ce processus est renforcé par un processus d'identification (Hannah, 2006). Le secret devient alors un vecteur de catégorisation : il y a ceux qui partagent le secret (dans le groupe) et les autres (en dehors du groupe) (Hannah, 2006; Delerue et Lejeune, 2010). Les procédures de restrictions des interactions s'appuient sur cette logique et ont pour objectif de limiter la circulation de l'information : l'interdiction de communication entre certains employés et l'interdiction de communication avec des intermédiaires en sont des exemples. Liebeskind (1997) note que dans certaines entreprises, les scientifiques menant des recherches délicates dans la division de R&D n'ont pas le droit de communiquer avec les employés d'une autre division.

(3) L'accès physique à certains lieux :

Les entreprises adoptent des règles de restriction d'accès à certains lieux. Ces règles peuvent être instaurées à l'intérieur de l'entreprise mais il peut arriver également qu'elles touchent des lieux publics ou externes à l'entreprise telle que l'interdiction à certains employés de visiter les locaux des entreprises concurrentes, d'aller dans certains bars, restaurants ou clubs dans lesquels les employés des concurrents ont l'habitude de se réunir (Liebeskind, 1997). Ce type de procédures est d'une manière générale plus facilement contrôlable et de ce fait permet de sanctionner les contrevenants.

1.1.2 Les procédures de traitement de l'information

Les procédures de traitement de l'information sont mises en œuvre pour les employés qui ont accès aux informations confidentielles et secrètes.

Hannah (2005) considère que les procédures formelles de traitement de l'information peuvent sous certaines conditions renforcées la confiance. C'est à dire lorsqu'elles envoient un signal de confiance aux employés. Les employés qui sont peu familiers aux procédures restrictives y réagissent négativement par opposition à ceux qui y sont habitués.

Ces mesures ont un impact généralement positif sur les employés qui sont familiers avec elles, lorsqu'elles leur envoient un signal de confiance. En d'autres termes, lorsque les employés sentent que l'employeur leur fait confiance et qu'il leur donne le droit d'accéder au secret commercial, ceux-ci en retour ont tendance à se garder de divulguer le secret commercial.

Il existe une multitude de moyens de protection du secret qui peuvent être des missions d'audit de secret commercial, des enregistrements, l'étiquetage des documents etc. Mais toutes ces mesures sont inefficaces sans la collaboration des employés qui sont la plus grande cause de la fuite des secrets commerciaux. Il convient donc, de pouvoir les canaliser de façon à ce qu'ils aient conscience de l'importance du respect du secret commercial. Des études ont montré par ailleurs, que l'engagement des employés au sein d'une organisation contribuait à l'accroissement du rendement de celle-ci. Cet engagement est conditionné par la satisfaction de l'employé.

Hannah (2005) propose un modèle explicatif de l'efficacité des différentes procédures de contrôle qu'adoptent les entreprises pour renforcer la protection des secrets et des accords de secrets selon le degré de familiarité et de connaissances de ces procédures par les employés. Plus précisément, il a étudié l'impact des procédures de contrôle sur l'obligation des salariés à respecter les accords de secret. Dans cette étude, il constate que les employés qui sont familiers avec les procédures restrictives d'accès au secret commercial réagissent négativement quant à sa protection. Néanmoins, lorsque ceux-ci perçoivent qu'ils sont hautement familiers avec les mesures restrictives, ils n'ont d'autre choix que de respecter le secret commercial. Tandis que ceux qui sont familiers aux mesures de manipulation du secret commercial collaborent quant à sa protection.

En effet, les obligations de respect du secret commercial des employés sont déterminées par leur niveau de familiarité et leur perception de la mise en application de ces procédures. Ceux à qui sont imposés les procédures restrictives réagissent négativement à leur mise en œuvre et ne se sentent pas concernés par la protection du secret commercial. A l'opposé de ceux qui sont soumis aux procédures de traitement du secret commercial et qui collaborent à leur mise en place.

1.2 Accord de secret et notion d'engagement des employés

Fosturi et Ronde, (2004) soulignent que la protection juridique des secrets et des accords de secret est incomplète et dépend des juridictions et des décisions des tribunaux. L'une des difficultés vient du fait que l'entreprise doit démontrer qu'un accord de secret existe et que le secret a une valeur économique.

Les relations d'emplois sont caractérisées par des obligations mutuelles qui sont souvent incluses dans un contrat formel (Rousseau, 1989). Ce dernier lie généralement l'employeur et l'employé et définit leurs responsabilités mutuelles dans

l'accomplissement des objectifs organisationnels (Robinson, Kraatz and Rousseau, 1994). Parmi ces responsabilités, la confidentialité et le respect des accords de secret apparaissent primordiaux. D'un point de vue juridique, le Code Civil du Québec (article 2088) stipule que : « L'employé a non seulement l'obligation d'exécuter son travail avec attention et diligence, mais aussi d'agir en toute fidélité et honnêteté et ne doit utiliser aucune information confidentielle obtenue dans le cadre de son travail. Et ce même après cessation de l'emploi dans un délai raisonnable et dans certains cas de façon permanente quand l'information peut porter préjudice à la réputation et porter atteinte à la vie privée d'une autre personne ». Le non-respect des accords de secret de la part des employés traduit un manquement d'engagement vis-à-vis de l'organisation (Hannah, 2005; Robinson et al., 1994). Le sentiment d'obligation étant défini comme « la croyance que chacun est tenu par la promesse ou la dette morale à une action en relation avec une partie tiers » (Robinson et al., 1994: 138).

Bien que les relations d'emploi définissent les obligations des employés et des employeurs, chaque partie a sa propre perception de ces obligations mutuelles. Au-delà de l'aspect légal, les obligations des employés sont inscrites dans un contexte social qui définit le contrat psychologique (Rousseau, 1989). Le contrat psychologique est l'ensemble des croyances individuelles et des perceptions de la réciprocité des obligations (Levinson, 1963; Rousseau, 1989). Robinson et al. (1994) soulignent ainsi que la nature même de la perception individuelle du contrat psychologique est ce qui fait la différence entre celui-ci et les autres types de contrats. Le contrat psychologique se rapproche de ce que MacNeil (1985) nomme le contrat relationnel. Le contrat psychologique définit les obligations « relationnelles » qui impliquent des dimensions économiques et non économiques telles, la loyauté (Robinson et al., 1994).

Meyer et Allen (1991) présentent l'engagement organisationnel dans une perspective multidimensionnelle. Il y aurait selon eux trois formes d'engagement :

- l'engagement affectif fait appel aux émotions, aux valeurs, à l'identification et à l'implication d'un employé. Il se rapporte à l'attachement psychologique à l'entreprise. L'engagement se fait donc par désir et par choix,
- l'engagement de continuité fait référence à la conscience que l'individu a des désavantages associés à un départ de l'organisation. L'individu s'engage donc par besoin ou par manque d'alternatives. Par exemple, un employé qui possède des actions dans l'organisation peut faire preuve d'engagement pour conserver ses acquis. Il en va de même pour un individu qui a accumulé certains avantages sociaux qu'il perdrait s'il décidait de quitter l'entreprise. Ainsi, l'engagement continuuel se rapporte aux coûts associés à un départ volontaire de la part du salarié.
- l'engagement normatif se rapporte aux normes personnelles, morales et sociales. La personne s'engage alors par devoir ou obligation (Roux Dusseau, 2007). Selon Wiener (1982; 471), l'engagement normatif résulte de « la totalité des pressions internes normatives qui agissent dans le sens de la réalisation des objectifs et des intérêts organisationnels ».

Penley et Gould (1988: 46) utilisent le terme « engagement moral ». Meyer et Herscovich, (2001) notent que cette dimension de l'engagement n'est pas nécessairement émotionnelle, mais reflète un sens moral du devoir.

L'obligation de respecter les accords de secret fait référence à la dimension de continuité de l'engagement mais également à la dimension normative de l'engagement. D'une part, plusieurs auteurs soulignent le rôle des départs volontaires en tant que menace à la sauvegarde des informations confidentielles au sein de l'entreprise (e.g. Delerue et Lejeune, 2010). D'autre part, le sentiment d'obligation de respect des accords de secret de la part des employés apparaît comme une dimension de leur engagement moral. L'engagement « normatif » peut ensuite être affecté par la perception que les employés ont de la manière dont ils sont traités par les employeurs (Hannah, 2005). Ainsi, Hannah (2005) souligne que l'obligation pour les employés de

maintenir hors du champ public les secrets commerciaux et les informations confidentielles, et le fait de respecter leur engagement envers leurs entreprises est favorisé par une atmosphère de confiance. Il montre que le type de procédures mis en place par les entreprises en vue de contrôler les transferts d'information confidentielle peut favoriser ou entraver le développement de la confiance. Le degré de confiance que ressent l'employé détermine sa relation d'emploi et influence sa relation psychologique avec son employeur (Robinson, 1996). Les employés de l'organisation qui se fient aux obligations relationnelles montrent généralement un haut degré de confiance (Pearce, 1993). Settoon et al. (1996) suggèrent que des actions bénéfiques et positives en direction des employés par l'organisation et ou ses représentants contribuent à l'établissement d'échanges de haute qualité qui créent chez l'employé l'obligation de rendre la même chose de façon positive et bénéfique (Settoon et al., 1996: 219).

Puisque le contrat psychologique est idiosyncrasique c'est à dire propre à la personne qui le détient (Rousseau, 1989, 1995), les prédispositions individuelles influencent inévitablement la manière dont celui-ci se forme dès l'entrée dans l'organisation. À ce titre, Rousseau (1995) soutient que les prédispositions individuelles affectent essentiellement la manière dont les informations liées au contrat psychologique sont encodées.

Par ailleurs, plusieurs études ont montré les effets de la personnalité sur l'attitude au travail incluant la satisfaction au travail (Judge, Bono et Locke, 2000; Judge, Heller and Mount, 2002), le contrat psychologique (Raja et al. 2004), l'engagement organisationnel (Erdheim et al., 2006; Barrick and Mount, 1991; Judge and Bono, 2001) et le comportement sur le partage de la connaissance (Matzler et al., 2011).

1.3 Hypothèses : Traits de personnalité et obligation du respect du secret commercial

Les informations confidentielles et les connaissances résident principalement dans les individus (Hannah, 2005; Delerue et Lejeune, 2010). Alors que l'ensemble des recherches menées sur la protection des secrets se sont dévouées à analyser l'impact des mécanismes de contrôle ou des procédures de protection des secrets (en d'autres termes des variables situationnelles) sur le comportement ou l'attitude des salariés face à leur obligation de respecter les secrets commerciaux, peu de recherche se sont penchées sur l'impact des variables individuelles. Or, il a été démontré que les traits de personnalité influencent la manière dont les individus s'engagent vis-à-vis de leur organisation. Kumar et Bakhshi (2010) établissent une relation entre les trois composantes de l'engagement organisationnel de Meyer et Allen et les traits de la personnalité. Leurs résultats montrent par exemple, que l'extraversion est le facteur le plus significatif. Schyns et Collani (2002) montrent que l'auto efficacité est positivement reliée à l'engagement. Judge et Thoresen (1999) trouvent que le concept positif de soi est positivement lié à l'engagement. Chen et al. (2004) analysent les relations entre les différences individuelles (les auto-évaluations spécifiques au travail), les variables contextuelles (les croyances relatives au contrôle des tâches) et trois attitudes professionnelles (la satisfaction relative à l'emploi, l'engagement organisationnel et l'implication liée au poste). Ils prouvent que les auto-évaluations en général et particulièrement l'estime de soi liée à l'organisation, déterminent solidement les attitudes professionnelles. En outre, les auto-évaluations spécifiques au travail permettent d'expliquer la causalité des auto-évaluations générales et les croyances relatives au contrôle des tâches sur les attitudes professionnelles.

Les traits de personnalité sont les unités de mesure fondamentales de la personnalité humaine (Allport (1937), Cattell (1950), Eysenck (1970) et Guilford (1959). Plusieurs études ont été menées afin d'identifier les traits de personnalité : les

principales sont le « Norman big five » et le « core self-evaluation » (noyau d'évaluation de soi ou CSE).

En 1963, Norman a identifié cinq traits de personnalité à travers un modèle appelé « Norman big Five ou Big Five »: l'extraversion, la stabilité émotionnelle (vs. Névrotisme) ; l'amabilité ou la complaisance ; le contrôle ou l'esprit consciencieux ; l'ouverture à l'expérience. Plusieurs se sont appuyés sur le modèle « Norman big five » et les différentes dimensions mises en évidence en vue de distinguer les individus et l'impact des traits de la personnalité sur l'efficacité au travail, le leadership, la satisfaction de la vie, l'estime de soi, la motivation, la santé ou encore la délinquance (e.g. Rolland, 2004).

Cependant, le « big five » ne prend pas en compte le concept d'estime de soi qui représente une dimension importante de la personnalité (Baudin 2007). Afin de pallier cette insuffisance Judge et ses collègues ont proposé le concept du noyau d'évaluation de soi.

Le noyau de l'évaluation de soi:

Le CSE comprend quatre dimensions de la personnalité : l'estime de soi, l'auto efficacité généralisée, La stabilité émotionnelle et le locus de contrôle (Judge et al. 1997). Ces dimensions traduisent les évaluations fondamentales que les personnes font à propos de leurs qualités, de leurs compétences et de leur potentiel; ces évaluations varient sur un continuum allant d'une évaluation de soi positive à une évaluation de soi négative (Baudin 2007). Judge et al. (1998) montrent que le noyau d'évaluation de soi a un impact direct et indirect sur la satisfaction au travail. La découverte la plus importante de cette étude est le fait que le CSE a des effets significatifs sur la satisfaction au travail indépendamment des exigences du travail. Effectivement, il apparaît que c'est la manière dont les individus se perçoivent qui déterminent l'appréciation qu'ils font de leur emploi ou de leur vie. Les personnes qui s'apprécient et se sentent capables de faire face aux contingences de la vie

développent une attitude positive par rapport aux événements. Selon Judge et al. (1997) les individus qui font une évaluation positive des situations font aussi une évaluation similaire de leur personnalité. Plus l'estime de soi est importante, plus les individus se sentent bien dans la situation de travail, dans la vie, etc. (Heller et al., 2008). En d'autres termes, les individus dont le CSE est positif voient leur travail et leur vie positivement.

Judge et Hurst (2008) mettent en relation le CSE et le succès au travail. Selon eux le CSE permet de prédire le commencement de la réussite individuelle, sa croissance en relation avec la satisfaction au travail. Leurs résultats prouvent que le CSE positif est à l'origine d'un succès initial grand et avec une trajectoire de succès au travail plus élevée. L'éducation et la santé servent d'inter-médiateurs en suggérant que les individus avec un niveau de CSE élevé ont des emplois et des carrières plus importantes en partie parce qu'ils sont plus aptes à aller loin dans les études et à maintenir leur santé. Il apparaît qu'au moins les différences entre les évolutions professionnelles sont dues aux effets du CSE sur les changements dans les niveaux d'éducation atteints et la santé. Les personnes avec un CSE négatif acquièrent un niveau d'études bas ce qui affecte leur salaire, leur statut, et leur satisfaction au travail. Ils ont plus rapidement des problèmes de santé, ce qui interfère avec leur travail et compromet leur augmentation salariale et leur satisfaction au travail. Cette étude démontre que les différences entre succès intrinsèque et extrinsèque sont établies plus vite pour les individus avec un CSE élevé et au lieu de régresser vers la moyenne, les individus avec un CSE élevé accroissent leurs avantages. Ceux qui ont un CSE positif évoluent dans leur carrière, avec le temps. En effet, ceux qui ont un CSE élevé se retrouvent avec le double de leurs avantages à la fin de leur carrière.

Le CSE a aussi été étudié par Judge et al. (1998) dans la prévision de la performance. Ils révèlent que la raison fondamentale de la corrélation du CSE avec la performance est le fait que les employés avec une conception positive de soi sont plus

motivés à performer dans leur travail. Ils développent leur argumentation en se basant sur les travaux de leurs prédécesseurs.

Selon Judge et al. (1998), la performance est fonction de la motivation et de la compétence, ils analysent le CSE par rapport à la motivation de performer et le CSE par rapport à l'habileté de performer. Ils affirment que le CSE pourrait être déterminant à la formation d'évaluations plus spécifiques qui sont directement liées aux décisions concernant la motivation de performer. En effet, la motivation inclut une série d'évaluations telles que l'engagement, l'effort et la façon de corriger un comportement une fois que la personne décide de s'engager dans une tâche.

Plusieurs auteurs soulignent que le CSE est une mesure adéquate des traits de la personnalité (e.g. Heller et al., 2008)³. Alors que Judge et al. (1997) considèrent le CSE comme un construit de deuxième ordre et étudie l'impact de sa forme agrégée, d'autres recherches distinguent les quatre dimensions et les analysent séparément (Chen, 2011). Nous adoptons cette dernière perspective et analysons séparément le potentiel impact des quatre dimensions du CSE sur l'attitude des employés face à la protection des secrets commerciaux.

³Heller et al., 2008 ont étudié l'échelle de l'affectivité positive et de l'affectivité négative, le modèle de personnalité en 5 facteurs (le "Big Five") et le noyau d'évaluation de soi, par rapport à la satisfaction au travail dans un test intégratif. Leurs résultats indiquent que les traits provenant des trois échelles sont généralement reliés significativement à la relation au travail, même quand les traits et la satisfaction au travail sont mesurés avec des sources indépendantes. Ainsi, il apparaît que la stabilité émotionnelle est le trait de personnalité du construit du « big five » le plus corrélé avec la satisfaction au travail et que l'estime de soi est le trait de personnalité le plus corrélé avec la satisfaction du travail. Cependant, quand les trois typologies sont examinées simultanément, le CSE apparaît comme la meilleure mesure. Ils prouvent la véracité de la relation entre le CSE et la satisfaction au travail généralement quand les traits et la satisfaction sont mesurés indépendamment et par intervalle de 6 mois. En d'autres termes le CSE permet de cerner les fondements dispositionnels de la satisfaction au travail.

1.3.1 Stabilité émotionnelle et protection du secret commercial

Selon Judge et al. (1997), la stabilité émotionnelle est la propension à être confiant, sûr et stable. Elle se traduit par une tendance à se sentir serein et à être moins perturbé par les contingences immédiates. Par opposition, le névrotisme (*nevroisim*) est synonyme d'instabilité émotionnelle, de stress et d'incapacité face à l'environnement. Une personne névrosée a une piètre estime d'elle-même, fait preuve de pessimisme et d'une grande susceptibilité.

Il a été montré que la stabilité émotionnelle accroît la satisfaction au travail (Judge, 2001). La stabilité émotionnelle correspond à l'opposé du névrotisme (proposé dans le modèle big Five). Un score faible sur la dimension « névrotisme » correspond à un score élevé de la stabilité émotionnelle, l'individu est alors moins sensible aux événements négatifs. La satisfaction se manifeste alors par un engagement organisationnel d'ordre affectif. Selon Roux et Dusseau (2007), ce type d'engagement est déterminé par le libre arbitre de l'employé car, il fait appel aux valeurs, aux émotions, à l'identification et à l'implication. L'employé satisfait s'intéresse plus aux obligations relationnelles et fait preuve par conséquent d'un haut degré de fiabilité (Pearce 1993 ; Settoon et al. 1996).

Par ailleurs, le fait qu'un employé s'assimile à l'entreprise, le pousse à rester et ainsi à vouloir toujours mieux performer (Meyer et al. 2006). Les études menées en recherche sur les organisations montrent que la stabilité émotionnelle est positivement corrélée au rendement (Ployhart, Lim et Chan, 2001), à la réussite professionnelle (Judge, Higgins, Thoresen et Barrick, 1999) et au leadership (Judge, Bono, familles et Gerhardt, 2002). Raja, Johns et Ntalianis (2004) soulignent que les employés émotionnellement instables développent généralement des contrats psychologiques transactionnels ce qui suggère que lorsque le degré de stabilité émotionnelle est faible, le niveau d'engagement organisationnel est faible et de fait, la fiabilité en termes de respect des accords de secret serait faible. Par conséquent, il y a tout lieu de suggérer que le degré de stabilité émotionnelle puisse influencer l'attitude

de l'employé face au respect des accords de secret. Notre première hypothèse sera formulée comme suit :

Hypothèse 1 : Il existe un lien négatif entre le niveau de stabilité émotionnelle et l'attitude face au respect des accords de secret.

1.3.2 Le locus de contrôle (ou degré d'immanence) et protection du secret

Le locus de contrôle permet de distinguer les internes (*internals*) des externes (*les externals*). Les internes pensent pouvoir contrôler les événements de leur vie. La plupart des études menées sur le locus de contrôle ont montré que les internes occupent généralement des postes de responsabilité (Hiller et Hambrick 2005). Sachant que la divulgation du secret commercial peut avoir des conséquences néfastes sur la carrière professionnelle. Il s'avère par conséquent que les internes sont moins enclins à divulguer des informations secrètes ou confidentielles. Phares, (1976) souligne que les internes qui sont davantage déterministes anticipent les conséquences de leurs actions. Par ailleurs, selon Andrisani et Nestel (1976) en plus d'être mieux rémunérés les internes sont souvent plus satisfaits de leur emploi. Coleman et al. (1999), Meyer, Stanley, Herscovitch et Topolnytsky, (2002) montrent que la dimension affective de l'engagement organisationnel est associée à un locus de contrôle interne.

Les études menées sur l'innovation montrent que les employés avec un locus de contrôle interne sont plus aptes à innover (Miller, Kets de Vries, et Toulouse, 1982 ; Miller, 1983 ; Miller et Toulouse, 1986a ; Miller et Toulouse, 1986b). Étant donné que la non divulgation d'informations confidentielles protège les innovations, le locus de contrôle peut expliquer l'attitude face à la divulgation des secrets. Par conséquent, il serait possible de suggérer que plus le salarié est externe, moins son attitude face à la protection des secrets sera favorable. Notre seconde hypothèse sera formulée comme suit :

Hypothèse 2 : Il existe un lien négatif entre le « locus de contrôle » et l'attitude des employés face à la protection du secret commercial.

1.3.3 Auto efficacité généralisée et protection du secret commercial

L'auto efficacité généralisée est l'estimation qu'un individu fait de ses propres capacités à mobiliser sa motivation, les ressources cognitives et les moyens d'action nécessaires pour exercer un contrôle général sur les événements de sa propre vie (Judge et al., 1997). Ainsi, il s'agit de l'appréciation qu'un individu fait de son potentiel de réussite, à un niveau général dans différentes situations. L'efficacité personnelle généralisée peut aussi être considérée comme reflétant l'appréciation qu'un individu a de sa capacité à s'adapter aux exigences de son environnement. Raison pour laquelle il représente d'ailleurs la seconde composante la plus importante du CSE. Les employés ayant un degré élevé d'auto efficacité obtiennent une satisfaction plus grande de leur travail (Johnson et al., 2008). Un employé satisfait est souvent peu disposé à trahir son employeur. Gardner et Pierce (1998) trouvent une corrélation positive entre auto efficacité généralisée, le rendement global du travail et l'engagement organisationnel. Il existe une similitude entre l'auto efficacité généralisée et l'estime de soi (Judge et al. 1997). Les individus consciencieux ont tendance à être rigoureux, organisés et diligents au travail. Raja et al. (2004) soulignent qu'en raison de leur aversion aux risques, les individus dont l'efficacité est perçue comme élevée développent plus de contrats relationnels. Ces individus ont tendance à rechercher la stabilité dans leur emploi. L'obligation de respecter les accords de secret ramène à la dimension normative de l'engagement. Ce qui nous amène à notre troisième hypothèse formulée comme suit :

Hypothèse 3 : Il existe un lien positif entre l'auto efficacité généralisée et le comportement de l'employé face au respect du secret commercial.

1.3.4 L'estime de soi et protection du secret commercial

L'estime de soi est considérée comme l'élément le plus important du CSE car, il occupe une place prépondérante dans la compréhension du comportement humain. Il s'agit du respect et de l'acceptation qu'une personne peut avoir d'elle-même. Coopersmith (1967) définit l'estime de soi comme l'appréciation que l'individu fait de lui-même et qu'il maintient couramment : elle reflète une attitude d'acceptation ou de rejet et montre le niveau selon lequel un individu se croit lui-même digne de considération et capable de succès. L'estime de soi est par conséquent un jugement subjectif de mérite qui s'exprime dans les comportements qu'une personne adopte envers les autres à travers son expression verbale et comportementale.

Un individu qui a une estime de soi élevée est un individu qui a une image positive de sa personne (Coopersmith 1967). Ce jugement se traduit dans l'attitude de l'individu à travers l'image qu'il reflète aux autres. Cette image se caractérise par un respect conditionnel élevé de sa personne : l'individu fait preuve de probité et démontre de compétences supérieures à la moyenne (Vallières, Vallerand 1990).

Le secret commercial permet à l'entreprise de conserver un avantage concurrentiel et de rester toujours compétitive. Il peut être indissociable de l'employé dans le domaine de la recherche puisqu'il s'agit dans certains cas la mise en œuvre du savoir de celui-ci.

Il est clair qu'un individu qui est engagé dans son organisation aura tendance à s'identifier à celle-ci et par conséquent à défendre les intérêts de celle-ci. La théorie de l'auto cohérence de Korman (1979) soutient qu'un individu dont la conception de soi exige qu'il performe au travail sera motivé afin d'avoir une performance effective en adéquation avec ses cognitions intimes. En outre, selon cette théorie, les individus choisissent et sont plus satisfaits avec les tâches qui sont en harmonie avec l'image

qu'ils ont d'eux-mêmes. Judge et al. (1998) notent que la performance est fonction de la motivation et de la compétence. De plus, ils trouvent une corrélation de 0,3 entre la satisfaction et la performance lorsqu'ils font une méta analyse de la relation entre la satisfaction et la performance.

Selon Judge et Bono (2001), la relation entre la satisfaction et la performance peut être mesurée par l'estime de soi. Heller et al (2008) montrent que l'estime de soi est le trait de personnalité du CSE le plus corrélé avec la satisfaction au travail. La satisfaction au travail détermine l'engagement de l'employé face à son organisation (Settoon et al. 1996).

Vandenabeele (2009) prouve que la satisfaction professionnelle et l'engagement organisationnel sont des médiateurs dans la relation entre la motivation (de service public) et la performance. Selon Judge et Bono (2001a), un employé ayant une haute estime de lui-même choisit un métier qui répond à ses aspirations. Il est par ailleurs plus soucieux du respect de ses engagements (Judge et al. 1998). En effet, l'estime de soi est aussi synonyme d'intégrité (Hogan et Hogan, 1992). Nous pouvons en déduire qu'un tel individu se sent aussi concerné des problématiques liées à la protection du secret commercial. D'où l'existence d'un lien apparemment entre l'attitude de l'employé face au secret commercial et le jugement qu'il se fait de sa propre personne.

Hypothèse 4 : l'estime de soi influence positivement l'attitude de l'employé face au secret commercial.

1.3.5 Conclusion

Le premier chapitre analyse dans une première partie, la littérature sur les traits de personnalité. Plusieurs auteurs soulignent l'importance des mesures administratives pour la protection des accords de secret tandis que Liebeskind définit trois types de mécanismes de protection de l'information confidentielle qui sont les règles, les régimes de compensation et l'isolation structurelle.

D'autres articles analysent des mécanismes particuliers tels que l'avantage de mettre des procédures de gestion de l'information confidentielle ou de la propriété intellectuelle de l'entreprise à travers le développement d'un programme informatique, de diviser la connaissance de l'information confidentielle entre plusieurs employés, mettre l'accent sur les mécanismes de compensations et le niveau de rémunération. Et aussi faire en sorte d'éviter le turnover et restreindre la mobilité des salariés.

À travers cette revue de littérature nous avons émis quatre hypothèses pour chacun des traits de personnalité du CSE. Nos hypothèses veulent que l'estime de soi et l'auto efficacité généralisée influencent positivement l'attitude de l'employé face au secret commercial tandis que les deux autres traits, à savoir, la stabilité émotionnelle et le locus de contrôle influencent négativement l'attitude de l'employé.

CHAPITRE II

LA MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

L'objectif de cette recherche est de déterminer les traits de personnalité qui influencent l'attitude des salariés face à la protection des secrets commerciaux. La démarche de recherche est hypothético-déductive. Les hypothèses ont été testées sur un échantillon de 115 salariés d'une entreprise canadienne de High Tech, *Tech plus*. Le logiciel STATA a été utilisé.

Ce chapitre s'articule en trois points : le premier point présente l'échantillon et la méthode de collecte, le second point aborde les mesures des variables et le dernier point traite des méthodes d'analyse

2.1 L'échantillon et la collecte des données

La collecte des données consiste à enregistrer une ou plusieurs variables (longueur, durée, etc.) auprès des membres d'une population. L'approche de l'échantillonnage a été utilisée, par laquelle seule une proportion des membres de la population totale est mesurée.

2.1.1 L'échantillon

L'unité d'analyse est ici le salarié. Le questionnaire a donc été adressé aux salariés d'une filiale canadienne d'un groupe international de la haute Technologie dont le siège social est situé en Europe que nous dénommons ici Tech Plus. La filiale Canadienne emploie 473 salariés. Après accord et discussion avec le directeur des ressources humaines, le questionnaire a été adressé aux 473 salariés. 115 questionnaires ont été obtenus, soit un taux de réponse de 24,3%.

43% des répondants sont des femmes. Plus de la moitié des participants ont plus de 3 années d'ancienneté.

Selon Hannah (2005), les employés d'une entreprise détenant des accords de secrets auront tendance à ne pas répondre sincèrement lorsqu'on leur demandera s'ils se sentent obligés de protéger l'accord de secret. Selon lui, les raisons de ce biais dans les réponses sont dues au fait que les employés veulent qu'on pense qu'ils sont soucieux de la protection des secrets de l'entreprise dans laquelle ils travaillent ou parce qu'ils ont peur des représailles de leurs employeurs. Vu que les sujets sont interrogés dans un cadre autre que leur entreprise et qu'ils répondent incognito aux questions, ce problème ne se pose pas dans ce cadre précis.

2.1.2 Biais de la variance commune

Lorsque les variables indépendantes et dépendantes sont collectées auprès d'un même répondant au même moment, ceci peut engendrer un biais lié à la collecte des données appelé biais de la variance commune. Pour réduire ce biais, deux questionnaires ont été administrés : dans un premier temps, un premier questionnaire comprenant les mesures des variables indépendantes (les traits de personnalité et les variables de contrôle) a été administré en version papier ; dans un deuxième temps, un questionnaire comprenant la variable dépendante a été administré par courriel et récupéré sous forme papier.

2.2 Les mesures des variables

En vue d'accroître la validité discriminante et la validité convergente des construits, nous avons privilégié les échelles de mesure existantes et utilisées dans les recherches antérieures à l'exception de la mesure de la variable dépendante qui a été construite pour cette étude. Nous présentons ci-dessous l'ensemble des construits.

2.2.1 Les variables indépendantes

- de l'échelle de Rosenberg (1965) pour mesurer l'estime de soi;
- de l'échelle utilisée par Spector (1988) pour mesurer le locus de contrôle;
- des items utilisés par Speier et Freize (1997) pour mesurer l'auto efficacité généralisée;
- des items utilisés par Saucier (1994) pour mesurer la stabilité émotionnelle.

❖ Locus de contrôle :

Le locus de contrôle est évalué avec l'échelle de mesure développée par Spector (1988) connu sous le nom de Work Locus of Control scale (WLCS). Le WLCS est corrélé avec les échelles proposées par Levenson et Rotter (Hoffman et al., 1996).

Le WLCS est composé de 16 items mesurés sur une échelle de Likert de 1 (fortement en désaccord) à 5 (fortement d'accord). L'échelle est un équilibre d'un nombre égal d'éléments formulés à l'interne et à l'externe. Conformément à la notation de Spector, les huit éléments reflétant le locus de contrôle interne, ont été inversés afin qu'un score haut reflète un locus de contrôle externe élevé. Spector (1988) trouve une cohérence interne (coefficient alpha) de 0.75 à 0.85 dans six échantillons des États-Unis. Dans notre échantillon, l'alpha de Cronbach est de 0.83.

❖ L'auto-efficacité généralisée :

L'auto-efficacité généralisée est mesurée à partir de l'échelle proposée par Speier et al (1997) qui comprend six items. Cette échelle permet de mesurer le degré d'adhésion avec des assertions telles que « je suis assez fort pour faire face aux contingences de la vie ». L'alpha de Cronbach obtenu est de 0.79.

❖ La stabilité émotionnelle :

Cinq items initialement développés par Saucier (1994) mesurent la stabilité émotionnelle et les répondants ont été invités à évaluer le degré auquel ces déclarations les décrivent. Les scores élevés ont été codés comme indiquant la stabilité émotionnelle. L'alpha de cronbach obtenu est de 0.72.

❖ L'estime de soi :

L'estime de soi est mesurée à partir de l'échelle de Rosenberg (Rosenberg's self esteem scale ou RSE) et est composée de dix items. Le RSE est un instrument de mesure unidimensionnelle, construit à partir d'une conception phénoménologique de l'estime de soi et qui permet de cerner l'image qu'ont les individus de leur personne. L'alpha obtenu sur cette échelle est de 0.86.

2.2.2 Les variables de contrôle

Quatre variables de contrôle ont été retenues dans le cadre de cette recherche. Ces variables sont le sexe, l'ancienneté dans l'entreprise, la compatibilité des attentes de l'employé avec l'organisation et l'obligation perçue des employeurs.

Plusieurs études ont motivé le choix de ces variables de contrôle, notamment celle de Meyer et al. (2002) qui effectuent une méta-analyse. Ces auteurs ont montré que le sexe et l'ancienneté dans l'organisation étaient corrélés avec l'engagement organisationnel, bien que ces liens soient relativement faibles. Les travaux réalisés par Mottaz (1988) corroborent ces résultats puisqu'il a également trouvé une relation entre ces variables et l'engagement organisationnel. Hannah (2005) montre que les obligations de l'employeur sont positivement liées à celles de l'employé.

❖ Sexe :

En ce qui a trait au sexe, les études prouvent que les femmes sont plus engagées que les hommes envers leur entreprise. Grusky (1966, tel que rapporté par Mathieu et Zajac, 1990), avance que les femmes manifestent un plus grand engagement organisationnel puisqu'elles doivent franchir plus d'obstacles que les hommes pour devenir membres à part entière de leur entreprise. Bien que cette explication ne s'applique plus tout à fait d'actualité, il n'en demeure pas moins que les femmes semblent encore plus engagées que les hommes envers leur organisation (Meyer et al., 2002; Mottaz, 1988). Cela peut s'expliquer par le fait qu'elles démontrent plus facilement et de façon plus ouverte leurs sentiments. Elles sont davantage à l'aise de montrer et d'affirmer qu'elles sont engagées envers leur organisation. De plus, les femmes semblent moins apprécier la mobilité inter organisationnelle que les hommes (Hrebiniak et Alutto, 1972).

❖ Ancienneté :

Meyer et al. (2006) avancent qu'un employé qui a plus d'ancienneté s'identifie davantage à son organisation. Par ailleurs, plus un travailleur accumule des années d'expérience dans une entreprise, plus il acquiert d'importants investissements, ce qui contribue à le maintenir dans son emploi et à augmenter son engagement organisationnel.

❖ Perception de la compatibilité entre l'employé et l'organisation (Personal organizational fit):

Les participants ont signalé leur perception subjective de l'ajustement organisationnel perçu (O-P) utilisant un total de trois items donnés par Lauver et Kristof-Brown (2001), adaptés de Cable et Judge (1996). Kristof-Brown définit le POF comme «la compatibilité entre les personnes et les organisations qui se produit lorsque: a) au moins une entité fournit ce que les autres entités ont besoin, b) ils partagent les mêmes caractéristiques fondamentales, ou c) les deux»⁴. Les mesures subjectives du POF se sont révélées être les meilleures mesures s'agissant de la validité prédictive des résultats liés à la compatibilité (Verquer et al., 2003). Les items sont « Mes valeurs correspondent aux valeurs de l'entreprise », « Je suis capable de garder mes valeurs dans cette société » et « Mes valeurs m'empêchent de me sentir intégré à cette entreprise parce qu'ils sont différents des valeurs de l'entreprise » (score inverse). Les 3 éléments ont un coefficient alpha de 0.80.

❖ L'obligation des employeurs :

Il s'agit d'une mesure formative. Les éléments ont été conçus pour couvrir un spectre des obligations des employeurs, tel que décrit dans les études antérieures. Ces éléments peuvent montrer une variété d'inter-corrélations. Les analyses traditionnelles de fiabilité et de validité, comme les tests de fiabilité (c.-à-d. la cohérence interne) et la validité conceptuelle (c.-à-d. la validité convergente et discriminante) sont inappropriées pour les mesures formatives (Bollen, 1989). En outre, comme Howel et al. (2007) le mentionnent « Il existe un fort potentiel de perte d'information en formant le composite de variables non corrélées. Par exemple, si trois items de type Likert sont mesurés sur des échelles de 5 points et sont considérés

⁴“The compatibility between people and organizations that occurs when: a) at least one entity provides what the other needs, b) they share similar fundamental characteristics, or c) both” (p. 4-5).

indépendamment, alors il y a 125 ($5 \times 5 \times 5$) configurations numériques possibles [...] former un composite d'indicateurs potentiellement non apparentés ignore les effets possibles de configurations différentes qui peuvent mener au même score composite». Par conséquent, nous avons formé notre mesure des obligations des employeurs en prenant la racine carrée du produit des éléments (Blalock, 1982). L'alpha de cronbach est 0,83.

2.2.3 La variable dépendante

❖ Comportement des employés envers l'obligation de protéger les secrets commerciaux

Nous avons mesuré l'attitude de l'employé envers l'obligation de protéger les secrets commerciaux en offrant un scénario réaliste qui place les sujets dans un rôle décisionnel. Une personne qui lit le scénario doit évaluer dans quelle mesure elle approuve le comportement lié au scénario. Selon Fishbein et Ajzen (1975), le comportement désigne la quantité de sentiment que l'on ressent pour ou contre des objets, personnes, événements ou comportements. Ceci peut être mesuré par une procédure qui localise l'individu sur une base évaluative bipolaire (p. ex., bonne/mauvaise). Une mesure à trois items issue de Hsu et Kuo (2003) sur une échelle de cinq points, a été utilisée. Il était demandé aux répondants: (1) « Je pense qu'il serait (mauvais/bon) pour Michael de révéler des renseignements exclusifs sur Kevlar a Kolom Industries Inc., (2) « Je pense qu'il serait (bénéfique/nuisible) pour Michael de révéler des renseignements exclusifs sur Kevlar a Kolom Industries Inc., et (3) je pense qu'il serait (sage/stupide) pour Michael de révéler des renseignements exclusifs sur Kevlar a Kolom Industries Inc. Les trois items ont un coefficient alpha de 0.83. Les tableaux ci-dessous présentent l'ensemble des items et la construction des variables de notre recherche.

Tableau 2.1 : Mesures des variables

Les variables	Noms des variables	Les items	Auteurs	Alpha de Cronbach
Le locus de contrôle	Locus 1	1. A job is what you make of it.	Spector (1988)	0,83
	Locus 2	2. On most jobs, people can pretty much accomplish whatever they set out to accomplish.		
	Locus 3	3. If you know what you want out of a job, you can find a job that gives it to you.		
	Locus 4	4. If employees are unhappy with a decision made by their boss, they should do something about it.		
	Locus 5	5. Getting the job you want is mostly a matter of luck.		
	Locus 6	6. Making money is primarily a matter of good fortune.		
	Locus 7	7. Most people are capable of doing their jobs well if they make the effort.		
	Locus 8	8. In order to get a really good job you need to have family members or friends in high places.		
	Locus 9	9. Promotions are usually a matter of good fortune.		
	Locus 10	10. When it comes to landing a really good job, who you know is more important than what you know.		
	Locus 11	11. Promotions are given to employees who perform well on the job.		
	Locus 12	12. To make a lot of money you have to know the right people.		
	Locus 13	13. It takes a lot of luck to be an outstanding employee on most jobs.		
	Locus 14	14. People who perform their jobs well generally get rewarded for it.		
	Locus 15	15. Most employees have more influence on their supervisors than they think they do.		
	Locus 16	16. The main difference between people who make a lot of money and people who make a little money is luck.		
L'estime de soi	SE1	1. On the whole, I am satisfied with myself.	Rosenberg (1965)	0,86
	SE2	2. At times, I think I am no good at all.		
	SE3	3. I feel that I have a number of good qualities.		
	SE4	4. I am able to do things as well as most other people.		
	SE5	5. I feel I do not have much to be proud of.		
	SE6	6. I certainly feel useless at times.		
	SE7	7. I feel that I'm a person of worth, at least on an equal plane with others.		
	SE8	8. I wish I could have more respect for myself.		
	SE9	9. All in all, I am inclined to feel that I am a failure.		
	SE10	10. I take a positive attitude toward myself.		

La stabilité émotionnelle	ES1	1. I am hasty	Saucier (1994).	0.72
	ES2	2. I am temperamental		
	ES3	3. I am irritable		
	ES4	4. I am touchy		
	ES5	5. I am fretful		
L'auto-efficacité généralisée	GSE1	1. When I am confronted with a new task, I am often afraid of not being able to handle it.	Speier et al. (1997).	0.79
	GSE2	2. If I want to achieve something, I can overcome setbacks without giving up my goal.		
	GSE3	3. I judge my abilities to be high.		
	GSE4	4. If I want to achieve something, I can overcome setbacks without giving up my goal.		
	GSE5	5. When I want to reach a goal, I am usually able to succeed.		
	GSE6	6. In case of becoming unemployed, I am convinced that, because of my abilities, I will soon find a new job.		
	GSE7	7. If I had to change my job, I am sure I would be up to the demands.		
Attitude des employés face à l'obligation de protéger le secret commercial	MM1	1. I think it would be (bad/good) for Michael to reveal proprietary information about Kevlar to Kolom industries Inc.,	(Blalock, 1982)	0.83
	MM2	2. I think it would be (beneficial/harmful) for Michael to reveal proprietary information about Kevlar to Kolom industries Inc.		
	MM3	3. I think it would be (wise/foolish) for Michael to reveal proprietary information about Kevlar to Kolom industries Inc. The 3 items had a coefficient alpha of .83.		
Compatibilité perçue par les employés avec l'organisation	POF 1	1. My values match or fit the values of the organization.	Lauver and Kristof-Brown (2001)	0.80
	POF2	2. I am able to maintain my values at this company.		
	POF3	3. My values prevent me from fitting in at this company because they are different from the company's values		

Tableau 2.2 : Construction des variables dépendantes et indépendantes

Les construits	La somme des items
Le locus de contrôle	loc1+ loc2+ loc3 +loc4 +loc5+ loc6 +loc7 +loc8 +loc9+ loc10+ loc11+ loc12+ loc13+ loc14 +loc15+ loc16
L'estime de soi	se1 +se2+ se3+ se4+ se5++ se6+ se7 +se8 +se9+ se10
La stabilité émotionnelle	es1 +es2+ es3+ es4+ es5
L'auto-efficacité généralisée	gse1 +gse2+ gse3 +gse4 +gse5 +gse6
Attitude des employés envers l'obligation de protéger le secret	mm1 +mm2 +mm3

Tableau 2.3 : Construction des variables de contrôle

Les construits	Les variables de contrôle
Sexe	SEX
Ancienneté	Lengh
L'obligation des employeurs	EO
Compatibilité perçue par les employés avec l'organisation	pof1 + pof2+ pof3

2.3 La méthode d'analyse

2.3.1 Modèle théorique

Présentation du modèle de régression multiple :

Le modèle de régression linéaire multiple permet d'expliquer la relation entre une variable donnée (variable dépendante ou endogène) et k autres variables (variables explicatives).

En effet, selon un échantillon donné de taille n ($Y_i; X_{i1}; X_{i2}; X_{i3}... ; X_{ik}$), cette méthode a pour but d'expliquer les valeurs prises par Y_i , qui est la variable à expliquer, à partir d'un ensemble de variables explicatives $X_{i1}; X_{i2}; X_{i3}... ; X_{ik}$. Le modèle théorique, se présente comme suit :

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{i1} + \beta_2 X_{i2} + \beta_3 X_{i3} \dots + \beta_k X_{ik} + \varepsilon_i, \quad i = 1, \dots, n$$

Où ε_i est le terme d'erreur du modèle qui correspond à la partie inexpliquée par la relation linéaire des valeurs de Y_i à partir des X_{i1} ; X_{i2} ; $X_{i3} \dots$; X_{ik} (erreur de spécifications, variables manquantes, etc.). $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$ ou coefficients de régression sont les paramètres à estimer.

L'objectif de cette méthode est de :

- mesurer le pouvoir explicatif du modèle ;
- estimer et évaluer les coefficients de sensibilité associés à chaque variable indépendante ;
- apprécier l'influence des variables indépendantes dans modèle de façon globale (test de Fisher) et de façon individuelle (test de student).

Estimation du coefficient de détermination :

Le coefficient de détermination correspond à la partie de la variance du modèle qui est expliquée par les variables indépendantes du modèle. Il représente la proportion d'information que le modèle permet de capter. Il est compris entre 0 et 1. Plus, il est proche de l'unité, meilleure est la qualité du modèle.

$$R^2 = \frac{SCE}{SCT}$$

Avec SCE = somme des carrés expliqués et SCT = somme des carrés totales dans le cas des moindres carrés ordinaires.

2.3.2 Tests statistiques et règle de décision

La validation d'une étude menée à partir des moindres carrés ordinaires dépend des résultats des tests pratiqués. Il sera présenté les plus importants dans l'application de cette méthode.

Test de multi colinéarité

Nous allons appliquer le test d'inflation de la variance⁵ afin de vérifier que les variables ne sont pas des combinaisons linéaires les unes des autres. Le VIF obtenu est inférieur à 10. Nous concluons qu'il n'y a pas de problème de colinéarité. Toutefois, les corrélations élevées nous ont conduit à privilégier des modèles dans lesquels les variables sont introduits une à une.

Test de Student⁶

Il permet de savoir si la variable associée au coefficient sur lequel se pratique le test est significative. Il faudrait pour cela que la statistique de student calculée soit supérieure à celle de table. En d'autres termes, si la valeur p de la probabilité (critique) est inférieure au seuil de tolérance alors, cela voudrait dire que l'hypothèse de nullité est rejetée.

⁵ Le facteur d'inflation de la variance, appelé inflation de R2 par Modalisa, permet de détecter l'existence de colinéarité entre régresseurs. En règle générale, si le facteur d'inflation de la variance (noté fi) d'un régresseur est supérieur à 10, on dira que cela traduit l'existence de colinéarité de ce régresseur avec d'autres. Le seul examen de la matrice de corrélation est alors insuffisant car il ne permet pas de déceler l'existence de colinéarité.

⁶ Le test de Student est un test paramétrique qui compare la moyenne observée d'un échantillon statistique à une valeur fixée, ou encore la probabilité observée d'un caractère à une probabilité théorique. Il permet aussi de comparer les moyennes de deux échantillons statistiques (on parle alors de test de conformité). Il tire son nom de la loi où on lit l'écart critique.

Test de Fisher⁷

Il est basé sur le même principe que celui de la statistique de student. Si la statistique calculée est supérieure à la statistique de la table ou bien si la valeur p de la probabilité est inférieure au seuil de tolérance, alors le modèle permet d'expliquer le phénomène en question.

Règle de décision basée sur la pertinence des variables explicatives

Pour employer la méthode des moindres carrés ordinaires, il faudrait qu'il n'y ait pas de problème d'endogénéité ou de colinéarité. La pertinence globale du modèle sera appréciée grâce au test de Fisher. La justesse du choix de chaque variable sera déterminée par le test de 'Student'. En effet, chaque coefficient associé à chaque variable sera soumis à ce test. Si le coefficient est significatif cela voudrait dire que la variable est pertinente dans la compréhension du phénomène. Ici, la probabilité d'erreur sera de 0,05. Lorsque la statistique calculée est supérieure à la statistique de la table, on dit que l'hypothèse de nullité est rejetée en d'autres termes, la variable associée au coefficient est significative.

2.4 Conclusion

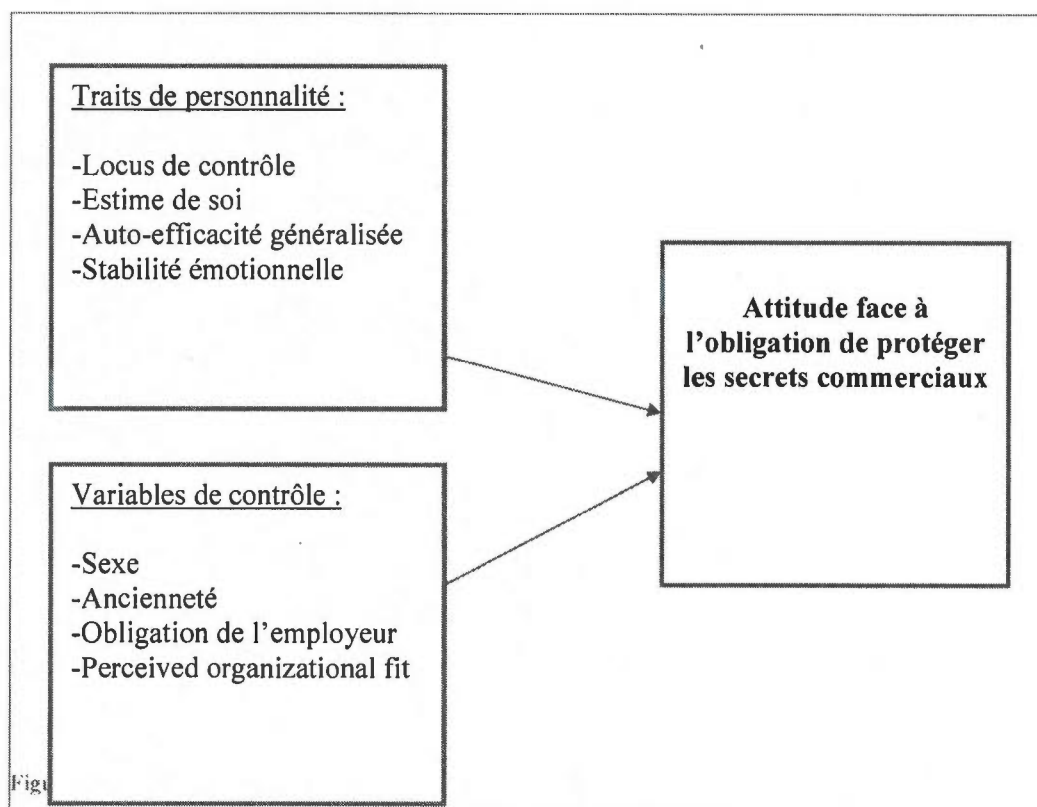
La méthode de recherche est hypothético-déductive. Des construits existant dans la littérature ont été utilisés pour mesurer les variables de notre modèle. En raison de la nature des variables et notamment la variable indépendante qui est une

⁷Le test de Fisher, ou test F , est un test d'hypothèse statistique qui permet de tester l'égalité de deux variances en faisant le rapport des deux variances et en vérifiant que ce rapport ne dépasse pas une certaine valeur théorique que l'on cherche dans la *table de Fisher*.

$$F = \frac{S_X^2}{S_Y^2}$$

échelle et qui peut être considérée comme une variable quantitative, le modèle des régressions multiples a été retenu pour tester les hypothèses.

Le schéma ci-dessous résume le modèle :



CHAPITRE III

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

L'objectif de cette recherche est de déterminer l'impact des traits de personnalité notamment les éléments du CSE sur la protection du secret commercial. Il s'agira dans cette partie de vérifier les hypothèses que nous avons présentées dans le chapitre précédent à partir de modèles de régression multiple réalisés par le logiciel STATA.

3.1 Les caractéristiques de l'échantillon

57% des participants sont des hommes. Les individus de l'étude ont en moyenne une expérience professionnelle de plus de 3 ans.

3.2 L'analyse des données

Le tableau 3.2.1 présente les statistiques descriptives et les corrélations entre variables. Ce tableau fait état de fortes corrélations entre l'estime de soi et les autres éléments du CSE (locus de contrôle externe -0,56; stabilité émotionnelle 0,64 et l'auto efficacité généralisée 0,51). Ces résultats sont en accord avec les recherches antérieures.

Tableau 3.1 : Statistiques descriptives et corrélations

1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.MM	1.000							
2.SE	0.2044	1.000						
3.LOCUS	-0.5934	-0.5571	1.000					
4.ES	0.0469	0.6485	-0.3204	1.000				
5.GSE	0.1671	0.5158	-0.2316	0.4667	1.000			
6.POF	0.6248	0.0712	-0.4127	-0.0361	-0.0864	1.000		
7.SEX	0.1212	0.2375	-0.2270	-0.1259	0.1410	-0.0462	1.000	
8.LENGH	-0.0255	0.0174	0.1365	0.2442	0.0212	-0.1517	0.0081	1.000
9.EO	0.5184	0.0971	-0.3904	-0.0709	0.1940	0.4778	0.0186	-0.2877
Moyenne	6.582609	42.72174	39.92174	18.32174	24.75652	9.6	0.573913	3.443478
								54.86776

1.MM : Attitude des employés face à l'obligation de protéger le secret commercial; SE : Estime de soi ; LOCUS : Locus de contrôle; ES : Stabilité émotionnelle; GSE : Auto efficacité généralisée; POF : compatibilité avec l'organisation perçu par les employés; SEX : Sexe; LENGH : Ancienneté; EO : Obligation des employeurs.

Tableau 3.2 : Modèles des régressions

	Modèle 1	Modèle 2	Modèle 3	Modèle 4	Modèle 5	Modèle 6
Constante	-2,50* (1,21)	-4,98* (1,93)	5,20** (1,92)	-3,72* (1,58)	-7,12** (2,56)	5,75 (3,53)
Sexe (sex)	0,83* (0,42)	0,68 (0,43)	0,37 (0,40)	0,89* (0,42)	0,73 (0,42)	0,14 (0,43)
Ancienneté (length)	0,25 (0,14)	0,24 (0,14)	0,25* (0,12)	0,22 (0,14)	0,23 (0,14)	0,30* (0,13)
Personal organization fit (POF)	0,76*** (0,12)	0,75*** (0,12)	0,57*** (0,12)	0,77*** (0,12)	0,81*** (0,12)	0,58*** (0,12)
Obligation des employeurs (EO)	0,16*** (0,04)	0,16*** (0,04)	0,10* (0,04)	0,16*** (0,04)	0,14** (0,04)	0,06 (0,04)
Estime de soi (SE)		0,62 (0,04)				-0,54 (0,56)
Locus de contrôle (LOCUS)			-0,14*** (0,28)			-0,17*** (0,03)
Stabilité émotionnelle (ES)				0,67 (0,60)		-0,12 (0,08)
Auto efficacité généralisée (GSE)					0,17* (0,08)	0,22* (0,10)
F	23,46*** (0,44)	19,53*** (0,47)	27,60*** (0,56)	19,05*** (0,47)	20,07*** (0,48)	18,81*** (0,60)
R2						

(p<0,1; *p<0,05; **p<0,01; ***p<0,001)

Le tableau 3.2 présente les résultats des modèles de régression qui testent les hypothèses de la recherche. Le modèle 1 ne comprend que les variables de contrôle. Les modèles 2, 3, 4 et 5 introduisent successivement les variables explicatives théoriques. Le modèle 1 introduit l'âge, le sexe, l'ancienneté, le POF (compatibilité organisationnelle) et l'obligation des employeurs¹. Le modèle 2 comprend les variables de contrôle et l'estime de soi *SE*². Le modèle 3 comprend les variables de contrôle et le locus de contrôle *LOCUS*³. Le modèle 4 comprend les variables de contrôle et la stabilité émotionnelle *ES*⁴. Le modèle 5 comprend les variables de contrôle et l'auto efficacité généralisée *GSE*⁵. Le modèle 6 introduit l'ensemble des variables (variables de contrôle et les quatre traits de personnalité)⁶. Tous les modèles sont significatifs.

3.3 Les résultats de la recherche

- ❖ L'hypothèse 1 (H1) suggérait qu'il existerait un lien positif entre le niveau de stabilité émotionnelle et l'attitude face au respect des accords de secret. Le coefficient de sensibilité ($\beta = 0,066$, ns) associé à cette variable n'est pas significatif. De ce fait, notre première hypothèse n'est pas validée.
- ❖ L'hypothèse 2 (H2) disait qu'il existe un lien négatif entre le «locus de contrôle» et l'attitude des employés face à la protection du secret commercial. Le modèle du locus de contrôle est pertinent. En effet, Le coefficient de sensibilité ($\beta = -0,136$; $p < 0,0001$) associé à cette variable est significatif. Par conséquent, l'hypothèse H2 est validée.

¹ Annexe D1

² Annexe D2

³ Annexe D3

⁴ Annexe D4

⁵ Annexe D5

⁶ Annexe D6

- ❖ L'hypothèse 3 (H3) énonçait l'existence un lien positif entre l'auto-efficacité généralisée et le comportement de l'employé face au respect du secret commercial. Le coefficient de sensibilité associé à l'auto-efficacité généralisée ($\beta = 1,759$; $p < 0,05$) est significatif. Donc, l'hypothèse H3 est vérifiée.
- ❖ L'hypothèse 4 (H4) stipulait que l'estime de soi influence positivement l'attitude de l'employé face au secret commercial. Le coefficient de sensibilité associé à l'estime de soi ($\beta = 0,621$, ns) n'est pas significatif. Donc l'hypothèse H4 n'est pas validée.

3.4 L'influence des variables de contrôle

- ❖ Le sexe ($\beta = 0,832$; $p < 0,05$) est significatif dans le modèle de base.
- ❖ L'ancienneté est significative pour le modèle du locus de contrôle ($\beta = 0,255$; $p < 0,05$) et dans celui du modèle du noyau d'évaluation de soi ($\beta = 0,304$; $p < 0,05$).
- ❖ La perception de l'employé à son adaptation à l'organisation est significative dans les modèles de locus de contrôle ($\beta = 0,57$; $p < 0,0001$), de l'auto-efficacité généralisée ($\beta = 0,813$; $p < 0,0001$) de la stabilité émotionnelle ($\beta = 0,766$; $p < 0,0001$) et de l'estime de soi ($\beta = 0,754$; $p < 0,0001$).
- ❖ L'obligation des employés est significative dans les modèles de l'estime de soi ($\beta = 0,158$; $p < 0,0001$), du locus de contrôle interne ($\beta = 0,103$; $p < 0,05$) et de l'auto-efficacité généralisée ($\beta = 0,014$; $p < 0,001$).

3.5 Conclusion

À travers cette étude empirique nous avons voulu vérifier la significativité des éléments du CSE par rapport à l'attitude des employés face à la divulgation du secret

commercial. Il en ressort que la stabilité émotionnelle et l'estime de soi ne sont pas significatives. Néanmoins, le locus de contrôle (LOCUS) et l'auto efficacité généralisée (GSE) influencent l'attitude des employés face à l'obligation de protéger le secret commercial (MM). Le coefficient de détermination de nos différents modèles est sensiblement le même et il existe une certaine cohérence interne pour les différents éléments du CSE par rapport à leurs items respectifs.

Tableau 3.3 : Résultats pour la variable indépendante

¹⁵	Influence sur l'obligation de respecter les accords de secret	Hypothèses validées
Estime de soi	n.s	non
Auto-efficacité généralisée	+	oui
Stabilité émotionnelle	n.s	non
Locus de contrôle	+	oui
CSE	+	oui

Le tableau 3.3 et résume les résultats de l'influence des variables de contrôle sur l'obligation de respecter les accords de secrets.

¹⁵+ : significatif ; n.s : non significatif

Tableau 3.4 : Résumé de l'influence des variables de contrôle sur les modèles

Facteurs ¹⁶	Modèle de base	Modèle avec la variable estime de soi	Modèle avec la variable locus de contrôle	Modèle avec la stabilité émotionnelle	Modèle avec l'auto-efficacité généralisée	Modèle du CSE
Sexe	+	n.s	n.s	+	n.s	n.s
Ancienneté	n.s	n.s	+	n.s	n.s	+
POF	+	+	+	+	+	+
EO	+	+	+	+	+	n.s

Le tableau 3.4 résume l'influence des variables de contrôle sur les modèles testés.

¹⁶+ : significatif ; n.s : non significatif

CHAPITRE IV

DISCUSSION DES RÉSULTATS

L'objectif de cette étude était d'étudier l'impact des traits de personnalité sur l'obligation des employés à protéger les accords de secret. En l'occurrence, les traits du noyau d'évaluation de soi (CSE), soit l'estime de soi, le locus de contrôle (interne et externe), l'auto-efficacité généralisée et la stabilité émotionnelle.

4.1 L'impact des traits de personnalité sur l'obligation des employés face au secret commercial

Quand les accords de secrets sont respectés par les employés, ceux-ci restent confidentiels et procurent un avantage concurrentiel à l'entreprise. Il est cependant difficile de les faire respecter. En effet, au niveau légal, il n'existe quasiment pas de texte percutant permettant de protéger les accords de secret (Fosturi et Ronde, 2004).

Au niveau organisationnel, les mesures prises pour respecter les accords de secret ont montré leurs limites. Ces mesures sont la plupart du temps restrictives ou la manipulation de l'information une fois que l'employé y a accès. Ces restrictions consistent à interdire l'accès aux documents et limiter la communication entre les employés. Tandis que les mesures de manipulation de l'information sont basées sur la confiance. Selon Hannah (2005), il existe une relation entre la protection du secret et la notion de confiance que renvoie l'employeur à ses travailleurs. La confidentialité des informations et les connaissances demeurent essentiellement chez les individus (Delerue et Lejeune 2010). Les traits de personnalité des individus déterminent leur attitude sur le plan professionnel. Les entreprises sont victimes d'espionnage industriel externe et pourtant la principale source de divulgation provient plutôt des employés. L'intérêt de comprendre les facteurs sur le plan psychologique et cognitif déterminant l'attitude des employés face au secret commercial est donc primordial.

Dans la recherche organisationnelle et dans la psychologie d'entreprise, des études ont désignés plusieurs traits de personnalité comme significatifs du comportement de l'individu dans son milieu de travail ou face à ses responsabilités. Plusieurs théories ont été émises sur les traits de personnalités. Parmi elles, les plus importantes sont les théories du « big five » et celles du noyau d'évaluation de soi. Le noyau d'évaluation de soi est composé de l'estime de soi, la stabilité émotionnelle, l'auto efficacité généralisée et le locus de contrôle (interne et externe). Ce concept a été analysé en majorité face à la satisfaction au travail et à la performance au travail. Ceux sont des médiateurs de l'engagement des employés dans le milieu du travail. En effet, il a été prouvé que l'engagement affectif est celui qui détermine l'implication et la fidélité de l'individu à son employeur. Donc par conséquent, l'engagement affectif permet de déterminer l'attitude de l'employé face à au secret commercial.

Le but de la recherche était de savoir si le noyau d'évaluation de soi était déterminant dans l'attitude de l'employé dans la divulgation du secret commercial.

Nos résultats montrent que le locus de contrôle interne et l'auto efficacité généralisée s'avèrent être les traits de personnalité qui influencent l'attitude de l'employé face au secret commercial en ce qui concerne les variables indépendantes. Ces traits de personnalité sont liés à la notion de contrôle. En effet, le locus de contrôle interne est relatif à la capacité d'un individu à pouvoir contrôler son environnement. Et pour ce qui est de l'auto efficacité généralisée, elle nous ramène à l'aptitude de l'individu à pouvoir contrôler ses actions à partir de ses principes de façon à ce que ceux-ci soient conformes aux standards exigés.

Les résultats montrent que les individus qui pensent n'avoir aucun contrôle sur les événements de leur vie sont plus disposés à ne pas respecter les accords de secret. Ceci est conformité avec le fait que les postes de responsabilité sont confiés

aux employés qui pensent pouvoir faire changer le cours normal des choses (Hiller et Hambrick, 2005).

En effet, les *internes* qui sont déterministes ne divulgueront pas le secret commercial à cause des conséquences que cela pourrait entraîner (Phares 1976). Le devoir des employés de garder le secret commercial dans le domaine du public est favorisé par le sentiment de confiance qui règne au sein de l'entreprise. Par ailleurs, ce sentiment de confiance renforce l'obligation des employés à respecter leurs engagements. Par ailleurs, la protection du secret commercial est associée à l'engagement des employés qui est liée à la satisfaction de ceux-ci. Ce sentiment est rattaché à la dimension affective. Selon Hannah (2005) l'engagement normatif est lié aussi à la perception qu'on les individus du traitement qu'ils reçoivent de la part de leur employeur. En effet, Kumar et Bakhshi (2010) trouvent que l'engagement organisationnel est fonction de la satisfaction des employés.

Effectivement Guerrero et al., (2005) trouvent que l'engagement organisationnel des jeunes cadres est tributaire du soutien organisationnel perçu (théorie de l'échange social) et du prestige organisationnel (théorie de l'identification sociale). Ces deux pratiques sont influencées par la politique managériale des ressources humaines et déterminent l'engagement affectif et de continuité. Judge et Bono (2001) trouvent qu'il existe une corrélation (0,32) entre la satisfaction au travail et le locus de contrôle interne. De plus, Judge et Thoresen (1999) ont aussi trouvé une relation positive entre le concept positif de soi et l'engagement. Ce concept est un facteur qui provient de l'analyse en composantes principales et est la combinaison du locus de contrôle interne, de l'estime de soi de l'auto efficacité généralisée et l'affectivité positive.

Vu que les *internes* pensent pouvoir contrôler leur environnement, ils protègent le secret commercial par le fait de leur propre volonté ce qui ramène effectivement à l'engagement affectif qui est lié aussi au choix et au désir des employés.

Il a été montré que l'engagement affectif et normatif est lié au locus de contrôle interne (Meyer, Stanley, Herscovitch et Topolnysky, 2002). Il s'avère donc tout à fait

normal que nous en arrivions au fait que ce trait de personnalité influence positivement l'attitude des employés face au secret commercial. Meyer et Allen (1997) caractérisent un individu engagé affectivement par son envie de contribuer volontairement au développement de l'organisation donc, de faire preuve d'efficacité. Bien que l'engagement normatif ne reflète pas le même niveau de motivation, il se matérialise par la loyauté et le sens du devoir de l'employé qui développe ce type d'engagement.

L'auto efficacité est l'appréciation qu'un individu fait de ses propres capacités à mobiliser sa motivation, les ressources cognitives et les moyens d'action nécessaires afin de déterminer les événements de sa propre vie (Judge et al., 1997). De par sa définition on serait plus tentée de la lier à l'engagement normatif qui fait référence aux normes personnelles, morales et sociales. En effet, Schyns et Collani (2010) montrent que l'auto efficacité est positivement reliée à l'engagement. (Roux Dusseau, 2007). Meyer et Herscovich, (2001) montrent que l'engagement normatif ramène à la notion du sens moral du devoir. Judge et Bono (2001) montrent qu'il existe une corrélation (0,45) entre l'auto efficacité généralisée et la satisfaction au travail qui est déterminante dans l'engagement organisationnel des employés. L'auto efficacité généralisée est positivement liée à la satisfaction au travail (Johnson et al., 2008) et au rendement global (Gardner et Pierce 1998). Le processus de motivation est influencé dans le modèle de Mitchell et Daniels (2003) par l'auto efficacité. Celui de Meyer et al., (2004) lie la performance à l'engagement organisationnel afin de mieux cerner les traits des individus. Bandura (1997) révèle qu'elle agit favorablement sur les efforts, la persévérance et l'importance accordée au travail.

4.2 L'impact des variables de contrôle sur les traits de personnalité

Jorm (1987) montre que les femmes ont un score de névrotisme plus élevé que les hommes. Wambach et al., (1979) confirment ce fait en montrant que l'interaction du sexe par le névrotisme sur le locus de contrôle interne est significative. En effet, les hommes sont plus stables émotionnellement et sont des internes. On constate, effectivement, que le sexe est une variable significative dans notre modèle de stabilité émotionnelle.

Par ailleurs, il s'avère que la perception de l'employé à son adaptation à l'organisation (POF) est significative dans le modèle du locus de contrôle. Ce résultat est en conformité avec celui de Cable et Judge (1994) qui trouvent que les internes sont plus intéressés par des organisations qui offrent des avantages dans la flexibilité de leur politique. De plus, les chercheurs d'emploi avec une auto efficacité élevée sont plus intéressés par les entreprises qui offrent des salaires de base individuels et une rémunération ayant pour critère les compétences.

La présentation de la démarche de collecte des données et la méthode d'analyse des données facilitent la compréhension des résultats obtenus.

L'acceptation de l'hypothèse de nullité ne veut pas dire que la variable n'a pas de lien avec le phénomène. Cela peut être dû à une erreur de spécification ou de biais de mesure. En effet, bien que l'estime de soi constitue un déterminant dans la performance et la satisfaction au travail, il apparaît aucun lien avec l'attitude des employés face à la protection du secret commercial. Dans la sélection des candidats qui auront accès secret commercial, la prise en compte de l'estime de soi ne semble donc pas nécessaire. La stabilité émotionnelle n'explique pas le fait qu'un employé décide de divulguer le secret commercial. En effet, le fait qu'on soit moins sensible aux événements externes ne justifie pas notre attitude par rapport au secret

commercial. Le locus de contrôle et le GSE influencent l'attitude de l'employé face au secret commercial. Il s'avère que le locus de contrôle externe évolue négativement avec la protection du secret commercial. Les employés qui croient pouvoir contrôler les événements sont moins enclins à protéger le secret commercial. Tandis que ceux qui ont une forte auto-évaluation sont plus aptes à le protéger. Les recruteurs dans le choix des employés qui auront accès au secret commercial. Les managers dans leur gestion du secret commercial doivent inclure ses deux dimensions de la personnalité à savoir le locus de contrôle interne et l'auto-efficacité généralisée.

Les modèles de l'estime de soi et de la stabilité émotionnelle se sont avérés non significatifs. Il a été démontré que ces deux traits de personnalité constituent les principaux éléments du noyau d'évaluation de soi. Il s'avère de ce fait tout à fait normal que le modèle du CSE ne soit pas significatif aussi.

Vu qu'il est plus question de l'attitude de l'employé face à la protection du secret commercial, cela nous ramène à la problématique de la capacité de l'individu à respecter l'information confidentielle contenue dans celui-ci. Cette capacité est analysée sur le plan cognitif c'est-à-dire au niveau de ses représentations psychologiques.

CONCLUSION

Les problématiques qui touchent les accords de secrets ont été très peu analysées d'un point de vue empirique dans la littérature. À notre connaissance, seuls les travaux de Hannah (2006; 2007) intègrent des questions au niveau de l'individu. Ses travaux s'intéressent principalement à la manière dont les salariés intègrent les procédures de contrôle mises en place par les employeurs (Hannah 2005) ou à la manière dont les nouveaux salariés s'approprient les procédures d'une nouvelle entreprise.

La recherche que nous proposons ici s'inscrit dans la lignée de ses travaux et adoptent une perspective psychologique en intégrant les traits de personnalité des salariés et leur impact, tant sur leurs potentiels modérateurs que sur les potentiels des effets directs. Cette recherche a donc pour objectif de contribuer à la littérature sur la protection de la propriété intellectuelle et des actifs intellectuels.

Son apport principal est d'enrichir les travaux qui se sont principalement intéressés aux moyens de contrôle mis en place en intégrant une dimension individuelle et plus particulièrement les traits de personnalité des individus. Nous avons alors formulé quatre hypothèses en se basant sur les travaux antérieurs. Et grâce à une approche hypothético-déductive nous avons collecté les données auprès de 115 individus dans le secteur biotechnologique. Comme plusieurs autres recherches antérieures (e.g. Hagedoorn, 2003), notre recherche n'a pas totalement généré les résultats escomptés. En effet, sur les quatre hypothèses formulées, seules deux ont été validées. Nos résultats montrent, cependant que :

L'estime de soi, qui constitue un déterminant essentiel dans la performance et la satisfaction au travail, n'influence pas l'attitude des employés face à la protection du secret commercial.

La stabilité émotionnelle pareillement, n'a aucune influence sur l'obligation de protection du secret commercial par les employés. En effet, le fait qu'une personne soit moins sensible aux événements externes ne justifie pas son attitude par rapport au secret commercial.

Le locus de contrôle et l'auto efficacité généralisée influencent l'obligation de protection du secret commercial par l'individu. Il s'avère que le locus de contrôle externe évolue négativement avec la protection du secret commercial. Les employés qui croient pouvoir contrôler les événements sont moins enclins à protéger le secret commercial. Tandis que ceux qui ont une forte auto-évaluation sont plus aptes à le protéger.

Cette recherche permettra aux membres des ressources humaines de faire des meilleurs choix quant au recrutement de leurs employés en tenant compte des traits de personnalité ; aux managers d'inclure les deux dimensions de la personnalité à savoir le locus de contrôle interne et l'auto-efficacité généralisée dans leur mode de gestion des employés.

Limites et recherches futures :

Comme dans toute recherche, il est normal de rencontrer des limites. Celles-ci nous permettent d'orienter les recherches futures vers de nouvelles voies de réflexions.

Notre recherche a connu certaines limites notamment au niveau de la revue de littérature. Nous sommes les premiers à faire le lien entre les traits de personnalité et les accords de secret. On a donc fait face à des difficultés théoriques parce qu'aucun auteur n'avait fait des études faisant le lien des traits de personnalité avec les accords de secret.

Nous avons préféré une démarche hypothético-déductive et nos données ont été collectées par un questionnaire. Par ailleurs, il serait intéressant dans les recherches futures d'adopter une démarche qualitative et recueillir les données par des entrevues (auprès des gestionnaires par exemple) pour mieux comprendre certaines notions et définitions (ex : accord de secret). Aussi, il serait intéressant d'organiser des groupes focus afin de définir d'autres variables non étudiées dans cette recherche.

Nous avons choisis les traits de personnalité du CSE (core self evaluation ou noyau de l'évaluation de soi) alors qu'il existe aussi le modèle des cinq facteurs de la personnalité (Big five). Ce sont cinq grands domaines ou dimensions de la personnalité qui sont utilisés pour décrire la personnalité humaine. Le 'Big five' est apparue comme un modèle robuste pour comprendre la relation entre la personnalité et les divers comportements scolaires. Les cinq grands facteurs sont l'ouverture, la conscience, l'extraversion, l'agréabilité et le névrosisme. Des recherches futures pourraient intégrer ces dimensions de la personnalité.

Notre échantillon a été tiré exclusivement du secteur de la biotechnologie. Ce secteur est pertinent pour faire une recherche qui porte sur le secret et les accords de secrets car les entreprises biotechnologiques innovent et s'approprient les retours sur leurs investissements en R&D et cette appropriation n'est possible que lorsque ces entreprises sont capables de protéger leurs actifs intellectuels. Toutefois, le choix d'un seul secteur limite la généralisation des résultats obtenus. Il serait adéquat

d'analyser d'autres secteurs dans les futures recherches notamment le secteur financier ou de télécommunication.

Nous avons fait notre cueillette des données au sein d'une seule et même entreprise canadienne de High Tech, *Tech plus*. Pour les futures recherches il serait intéressant d'élargir le nombre d'entreprises (ex : deux ou trois) en prenant soin de choisir parmi elles une entreprise nationale.

Contributions théoriques et managériales

Notre recherche fait partie des rares travaux empiriques qui traitent de la problématique de la protection du secret commercial et la seule recherche faisant le lien entre l'obligation de protéger le secret et les traits de personnalité.

D'un point de vue managérial, notre analyse des traits de personnalité sensibilise les dirigeants des entreprises biotechnologiques sur la nécessité de prendre des mesures protectrices tenant en compte la dimension individuelle afin de protéger leurs actifs et leurs connaissances. Nous avons montré que certains de ces traits de la personnalité influencent l'obligation des employés à protéger les accords de secret.

D'un point de vue théorique, notre recherche complète les résultats théoriques des recherches antérieurs notamment celles de Delerue (2008) et Hannah (2005) qui évoquent tous deux la dimension des individus dans la protection des actifs intellectuels.

APPENDICE A

QUESTIONNAIRE

A.1	Questionnaire en Anglais	56
A.2	Questionnaire en Français	63

A.1 Questionnaire en Anglais

I am a student at ESG-UQAM (Université du Québec à Montréal), and I am currently investigating the impact of personality traits on organizational behavior. This questionnaire is part of my master's thesis, a requirement to earn an MBA under the MBA Research program. Professor Hélène Delerue supervises the master's thesis and the research is funded by the Social Sciences and Humanities Research Council of Canada (SSHRC).

I would very much appreciate it if you would fill out the enclosed questionnaire. The collected data will be statistically analyzed, and your responses will remain strictly anonymous and confidential.

This research project has been approved by UQAM's Research Ethics Committee. The sole purpose is to advance the academic knowledge in this area. If you have questions about your rights as a research participant, you may contact the researchers by email at hamid.mariam@courrier.uqam.ca, vidot-delerue.helene@uqam.ca, or the *Comité institutionnel d'éthique chez l'humain (CIÉR)* at UQAM: *Service de la Recherche et de la Création*, UQAM, at 514-987-3000, ext. 7753, or by email at src@uqam.ca.

For any questions about the questionnaire, please feel free to contact the researcher, Mariam Hamid, at 514-442-0505, or by e-mail at hamid.mariam@courrier.uqam.ca, or you may contact the research director, professor Hélène Delerue, at 514-987-3000, ext. 1583, or by e-mail at vidot-delerue.helene@uqam.ca.

Your participation is very important and valuable to us. Thank you for your time and cooperation.

Mariam Hamid, MBA research student, ESG-UQAM

Department of Management and Technology

Please be as candid as possible. Remember, all your responses will remain strictly anonymous and confidential. Use the scale below to rate your answers. Check the box that best corresponds to your agreement with the statement.

Please indicate your degree of agreement or disagreement with the following statements	Strongly disagree	Disagree	Disagree somewhat	Agree	Strongly agree
1. People who perform their jobs well generally get rewarded for it.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. My values match or fit the values of my organization	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. A job is what you make it.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. When I am faced with a new task, I am usually afraid I will not be able to handle it	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. I am hasty	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. If you know what you want out of a job, you can find a job that provides it.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. I can do things as well as most other people.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. If I should lose my job, I am convinced that, with my abilities, I will find a new job soon.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. The main difference between people who make a lot of money and people who do not is luck.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. I can be true to my personal values at my company.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. If employees are unhappy with a decision that their boss made, they should do something about it.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. On the whole, I am satisfied with myself.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. It takes a lot of luck to be an outstanding employee on most jobs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. When it comes to landing a really good job, who you know is more important than what you know.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. If I want to achieve something, I can overcome setbacks without giving up my goal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. I am not an irritable person	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. I feel that I am a person of worth, at least as much as other people.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. My abilities fit the requirements of my job.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. All in all, I sometimes feel that I am a failure.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. At most jobs, people can accomplish pretty much whatever they set out to accomplish.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. I have a positive attitude about myself.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. I am not touchy.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Promotions are usually a matter of good fortune.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. I am not temperamental.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

25. At times, I think I am no good at all.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. When I want to accomplish a goal, I am usually able to succeed.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Most people are capable of doing their jobs well if they make the effort.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. I judge my abilities as high.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. I feel that I have a number of good qualities.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Most employees have more influence on their supervisors than they think they do.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31. In order to get a really good job you need to have family members or friends in high places.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32. I worry a lot.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33. I certainly feel useless at times.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34. If I had to change my job, I am sure I could handle the new demands.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35. To make a lot of money you have to know the right people.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36. I feel that I do not have much to be proud of.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37. Promotions are given to employees who perform their job well.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

38. I wish I could have more respect for myself.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39. Getting the job you want is mostly a matter of luck.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40. My values prevent me from fitting in at this company because they are different from the company's values	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41. I have the right skills and abilities for doing this job	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42. Making money is primarily a matter of good fortune	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Employers promise to give employees certain things in exchange for their contribution to the organization. Using the scale below, please indicate the extent to which you believe that there is an implicit or explicit promise or understanding that your employer is obligated to give you, or owes you, the following:	<i>Not at all obligated</i>	<i>Slightly obligated</i>	<i>Somewhat obligated</i>	<i>Obligated</i>	<i>Very obligated</i>
43. Promotion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44. Higher pay	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45. Pay based on current level of performance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46. Training	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47. Long-term job security	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48. Career development	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49. Support with personal problems	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Michael D. Mitchell, who has a master's degree in chemical engineering, was a salesman and engineer for DuPont for almost 24 years. He was fired from DuPont on Feb. 6, 2006. His last job there involved the sale and marketing of Kevlar, a fiber five times stronger than steel used in products ranging from brake pads to body armor. After leaving Dupont, Mitchell formed a consulting company and went to work for Kolon Industries Inc. of South Korea, one of only two other firms that manufacture aramid fibers in competition with Kevlar.

50. I think it would be Bad ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Good for Michael to reveal proprietary information about Kevlar to Kolom industries Inc.
1 2 3 4 5

51. I think it would be Beneficial ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Harmful for Michael to reveal proprietary assets to Kolom Industries Inc.
1 2 3 4 5

52. I think it would be Wise ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Foolish for Michael to reveal proprietary information about Kevlar to Kolom industries Inc.
1 2 3 4 5

	<i>Extremely improbable 1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>Extremely probable 5</i>
53. I think that if I were Michael, I would not reveal proprietary information about Kevlar to Kolon industries Inc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
54. People who know me would think that, if I were Michael, I would not reveal proprietary information to Kolom Industries Inc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

55. Age <input type="checkbox"/> less than 30 years <input type="checkbox"/> 30 to 40 years <input type="checkbox"/> more than 40 years	56. Sex : <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M	57. Length of service in your organization <input type="checkbox"/> less than 1 year <input type="checkbox"/> 1 to 2 years <input type="checkbox"/> 2 to 5 years <input type="checkbox"/> 5 to 7 years <input type="checkbox"/> 7 to 12 years <input type="checkbox"/> 12 to 15 years <input type="checkbox"/> 15 or more years
58. Job title (optional):		

A.2 Questionnaire en Français

Étudiante à l'École des Sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal (ESG-UQÀM) je fais une recherche qui porte sur l'impact des traits de personnalité sur le comportement organisationnel. Ce questionnaire fait partie de mon mémoire me permettant d'obtenir une maîtrise en administration des affaires dans le programme du MBA-Recherche. Le mémoire est supervisé par ma directrice de recherche, le professeur Hélène Delerue et la recherche est financée par les sciences sociales et sciences humaines du Canada (CRSH).

Je vous serais très reconnaissant si vous répondiez au questionnaire ci-joint. Les données recueillies seront analysées statistiquement, et vos réponses resteront strictement anonymes et confidentielles.

Ce projet de recherche a été approuvé par le Comité d'éthique de recherche de l'Université du Québec à Montréal (UQÀM). Le but principal est de faire progresser les connaissances académiques dans ce domaine.

Si vous avez des questions concernant vos droits en tant que participant à la recherche, vous pouvez communiquer avec les chercheurs par courriel à hamid.mariam@courrier.uqam.ca , vidot-delerue.helene@uqam.ca ou le Comité institutionnel d'éthique de la recherche avec des êtres humains (CIER) à l'UQÀM: Service de la Recherche et de la Création, de l'UQAM, au 514-987-3000, extension 7753, ou par courriel à src@uqam.ca .

Pour toute autre question concernant le questionnaire, s'il vous plaît n'hésitez pas à contacter le chercheur Mariam Hamid au (514) 442-0505 ou par e-mail à hamid.mariam@courrier.uqam.ca, ou la directrice de recherche, le professeur Hélène Delerue au poste (514) 987-3000, extension 1583 ou par e-mail à vidot-delerue.helene@uqam.ca .

Votre participation est très importante et précieuse pour nous.

Merci du temps que vous accordez et de votre coopération.

Mariam Hamid, étudiante MBA- Recherche à l'ESG-UQÀM.

Professeur Hélène Delerue, directrice de recherche, département de management et technologie, ESG-UQÀM.

Nous vous prions de bien vouloir répondre le plus spontanément possible à toutes les questions suivantes. Il n'existe pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Seul votre avis nous intéresse. Nous vous garantissons que les réponses seront strictement confidentielles et anonymes. Utilisez l'échelle ci-dessous pour noter vos réponses. Cochez la case qui correspond le mieux à votre accord avec l'énoncé.

S'il vous plaît, veuillez indiquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les énoncés suivants	Fortement en désaccord	En désaccord	Légèrement en désaccord	En accord	Fortement en accord
1. Les personnes qui effectuent bien leur travail sont en général récompensées pour cela.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Mes valeurs correspondent aux valeurs de mon organisation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Un emploi est ce que je veux en faire.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Lorsque je suis confronté (e) à une nouvelle tâche, j'ai souvent peur de ne pas être en mesure de l'accomplir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Je suis pressé(e).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Si vous savez ce que vous recherchez d'un emploi, vous pouvez trouver un emploi qui vous le donne.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Je suis capable de faire les choses aussi bien que la plupart des autres personnes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Au cas où je me retrouve au chômage, je suis convaincu que, en raison de mes capacités, je trouverais très rapidement un nouvel emploi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. La principale différence entre les gens qui gagnent beaucoup d'argent et ceux qui n'en gagnent pas assez est la chance.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Je suis capable de garder mes propres valeurs au sein de mon emploi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Si les employés sont insatisfaits d'une décision prise par leur patron, ils doivent être en mesure d'agir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Dans l'ensemble, je suis satisfait(e) de moi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Il faut beaucoup de chance pour être un employé remarquable dans la plupart des emplois.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Quand il s'agit de trouver un très bon travail, qui vous connaissez est plus important que ce que vous savez.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Si je veux réaliser quelque chose, je peux surmonter les échecs sans renoncer à mon objectif.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Je suis rapidement ennuyé(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Je pense avoir de la valeur, au moins sur un même plan d'égalité que les autres.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Mes capacités répondent aux exigences de mon travail.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Dans l'ensemble, je suis enclin à penser que je suis un échec.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20. Dans la plupart des emplois, les gens peuvent accomplir à peu près tout ce qu'on leur demande d'accomplir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. J'ai une attitude positive envers moi-même.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Je suis facilement perturbé, offensé, ou irrité.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Les promotions sont généralement une question de chance.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Je suis d'une humeur changeante ou (je suis lunatique).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. À certains moments, je pense que je ne suis pas du tout bon.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Quand je veux atteindre un but, je suis habituellement capable de réussir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. La plupart des gens sont capable de bien faire leur travail si ils mettent l'effort nécessaire.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Je juge que mes capacités sont élevées.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Je pense avoir un certain nombre de qualités.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. La plupart des employés ont plus d'influence sur leurs superviseurs qu'ils ne le croient.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31. Afin d'obtenir un très bon emploi il faut avoir des membres de la famille ou des amis haut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

placés.					
32. Je suis souvent de mauvaise humeur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33. Je me sens vraiment inutile par moments.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34. Si je devais changer d'emploi, je suis sûr que j'aurais des offres.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35. Pour gagner beaucoup d'argent, il faut connaître les bonnes personnes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36. Je pense que je n'ai pas de quoi être fier.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37. Les promotions sont données aux employés qui sont performants sur le tas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38. Je voudrais avoir plus de respect pour moi-même.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39. Obtenir le travail que je désire est surtout une question de chance.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40. Mes valeurs m'empêchent de faire partie de cette entreprise parce qu'elles ne correspondent aux valeurs de cette entreprise.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41. J'ai les compétences et habiletés nécessaires pour faire ce travail.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42. Faire de l'argent est avant tout une question de bonne fortune.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<p>«Les employeurs font des promesses pour donner aux employés certains avantages en échange de leur contribution à l'organisation.</p> <p>En utilisant l'échelle ci-dessous, s'il vous plaît, veuillez indiquer le degré auquel vous croyez que votre employeur se sentira obligé ou pas d'honorer ses dires en fonction d'une promesse implicite ou explicite qu'il vous a faites :</p>	1. Pas du tout obligé	2	3	4	5. très obligé
43. Promotion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44. Augmentation de salaires	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45. Salaire basé sur le niveau actuel de performance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46. Formation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47. Sécurité de l'emploi à long terme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48. Développement de carrières	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49. Soutien en cas de problèmes personnels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Michael D. Mitchell, qui possède une maîtrise en génie chimique, a été un vendeur et un ingénieur de DuPont pendant près de 24 ans. Il a été congédié de DuPont le 6 février 2006. Son dernier poste portait sur la vente et la commercialisation de Kevlar qui est une fibre cinq fois plus résistante que l'acier utilisé dans des produits allant des plaquettes de frein à l'armure du corps. Après avoir quitté Dupont, Mitchell crée une compagnie de conseil et travaille pour Kolon Industries Inc de la Corée du Sud, qui est l'un des deux autres concurrents qui fabrique des fibres d'aramide, en concurrence avec Kevlar.

50. Je pense que ce serait

Mauvais

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Bon

1 2 3 4 5

pour Michael de révéler l'information confidentielle de Kevlar à Kolom industries Inc.

51. Je pense que ce serait	Bénéfique <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Nuisible 1 2 3 4 5	pour Michael de reveler les actifs de propriété de Kolom Industries Inc.
52. Je pense que ce serait	Sage <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Déraisonnable 1 2 3 4 5	Pour Michael to reveal l'information confidentielle Kevlar à Kolom industries Inc.

		<i>Extremem ent improbable</i> 1	2	3	4	<i>Extremem ent probable</i> 5
53. Je pense que si j'étais Michael, je ne dévoilerais pas l'information confidentielle de Kevlar à Kolon industries Inc.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
54. Les gens qui me connaissent vous diront que, si j'étais Michael, je ne dévoilerais pas l'information confidentielle à Kolom Industries Inc.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
55. Age <input type="checkbox"/> moins de 30 ans <input type="checkbox"/> 30 à 40 ans <input type="checkbox"/> plus de 30 ans	56. Sexe : <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M	57. Ancienneté au sein de l'entreprise <input type="checkbox"/> moins d'un an <input type="checkbox"/> 1 à 2 ans <input type="checkbox"/> 2 à 5 ans <input type="checkbox"/> 5 à 7 ans <input type="checkbox"/> 7 à 12 ans <input type="checkbox"/> 12 à 15 ans <input type="checkbox"/> 15 oans et plus				
(optional) 58. titre de votre poste :.....						

APPENDICE B

ANALYSE DE FIABILITÉ DES CONSTRUITS (α DE CRONBACH)

B.1	Calcul de α de Cronbach pour le lieu de contrôle (LOCUS)	71
B.2	Calcul de α de Cronbach pour l'estime de soi (SE)	71
B.3	Calcul de α de Cronbach pour la stabilité émotionnelle (ES)	71
B.4	Calcul de α de Cronbach pour auto efficacité généralisée (GSE).....	72
B.5	Calcul de α de cronbach pour Employees' attitude towards obligations to protect trade Secrets	72
B.6	Calcul de α de Cronbach pour Perceived organizational fit.....	72

B.1 Calcul de α de Cronbach pour le lieu de contrôle (LOCUS)

alpha loc1 loc2 loc3 loc4 loc5 loc6 loc7 loc8 loc9 loc10 loc11 loc12 loc13 loc14
loc15 loc16

Test scale = mean(unstandardized items)

Average interitem covariance: .2322127

Number of items in the scale: 16

Scale reliability coefficient: 0.8349

B.2 Calcul de α de Cronbach pour l'estime de soi (SE)

alpha se1 se2 se3 se4 se5 se6 se7 se8 se9 se10

Test scale = mean (unstandardized items)

Average inter item covariance: .2549055

Number of items in the scale: 10

Scale reliability coefficient: 0.8630

B.3 Calcul de α de Cronbach pour la stabilité émotionnelle (ES)

alpha es1 es2 es3 es4 es5

Test scale = mean (unstandardized items)

Average interitem covariance: .3662467

Number of items in the scale: 5

Scale reliability coefficient: 0.7167

B.4 Calcul de α de Cronbach pour auto efficacité généralisée (GSE)

alpha gse1 gse2 gse3 gse4 gse5 gse6

Test scale = mean(unstandardized items)

Average interitem covariance: .2142548

Number of items in the scale: 6

Scale reliability coefficient: 0.7914

B.5 Calcul de α de cronbach pour Employees' attitude towards obligations to protect trade Secrets

alpha mm1 mm2 mm3

Test scale = mean(unstandardized items)

Average interitem covariance: .745824

Number of items in the scale: 3

Scale reliability coefficient: 0.8296

B.6 Calcul de α de Cronbach pour Perceived organizational fit

alpha pof1 pof2 pof3

Test scale = mean(unstandardized items)

Average interitem covariance: .8347578

Number of items in the scale: 3

Scale reliability coefficient: 0.7987

APPENDICE C

TABLEAUX DES CORRÉLATIONS

C.1	Analyse de multi colinéarité.....	74
C.2	Analyse du VIF	75

C.1 Analyse de multi colinéarité

. pwcorr MM SE LOCUS ES GSE POF sex length EO

	MM	SE	LOCUS	ES	GSE	POF	sex
MM	1.0000						
SE	0.2044	1.0000					
LOCUS	-0.5934	-0.5571	1.0000				
ES	0.0469	0.6485	-0.3204	1.0000			
GSE	0.1671	0.5158	-0.2316	0.4667	1.0000		
POF	0.6248	0.0712	-0.4127	-0.0361	-0.0864	1.0000	
sex	0.1212	0.2375	-0.2270	-0.1259	0.1410	-0.0462	1.0000
length	-0.0255	0.0174	0.1365	0.2442	0.0212	-0.1517	0.0081
EO	0.5184	0.0971	-0.3904	-0.0709	0.1940	0.4778	0.0186

	length	EO
length	1.0000	
EO	-0.2877	1.0000

C.2 Analyse du VIF

. estat vif

Variable	VIF	1/VIF
SE	2.77	0.360792
ES	2.58	0.387429
LOCUS	2.23	0.448986
GSE	1.65	0.606810
EO	1.64	0.608268
POF	1.50	0.668178
sex	1.32	0.756077
length	1.20	0.832406
Mean VIF	1.86	

APPENDICE D

MODÈLES DE RÉGRESSIONS

D.1	Modèle 1 de régression (variables de contrôle)	77
D.2	Modèle 2 de régression (estime de soi).....	78
D.3	Modèle 3 de régression (locus de contrôle)	79
D.4	Modèle 4 de régression (stabilité émotionnelle).....	80
D.5	Modèle 5 de régression (auto efficacité généralisée).....	81
D.6	Modèle 6 de régression (toutes les variables).....	82

D.1 Modèle 1 de régression (variables de contrôle)

. regress MM sex lengh POF EO

Source	SS	df	MS	Number of obs =	115
Model	461.221649	4	115.305412	F(4, 110) =	23.46
Residual	540.743569	110	4.91585062	Prob > F =	0.0000
				R-squared =	0.4603
				Adj R-squared =	0.4407
Total	1001.96522	114	8.78916857	Root MSE =	2.2172

MM	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
sex	.8324201	.419398	1.98	0.050	.0012717	1.663569
lengh	.2521364	.1364501	1.85	0.067	-.0182757	.5225486
POF	.7658731	.1196274	6.40	0.000	.5287996	1.002947
EO	.0164887	.0043786	3.77	0.000	.0078114	.025166
_cons	-2.593128	1.207699	-2.15	0.034	-4.986504	-.1997521

D.2 Modèle 2 de régression (estime de soi)

```
. regress MM sex length POF EO SE
```

Source	SS	df	MS	Number of obs =	115
Model	473.407613	5	94.6815226	F(5, 109) =	19.53
Residual	528.557605	109	4.84915234	Prob > F =	0.0000
				R-squared =	0.4725
				Adj R-squared =	0.4483
Total	1001.96522	114	8.78916857	Root MSE =	2.2021

MM	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
sex	.6810751	.4273439	1.59	0.114	-.1659067	1.528057
length	.2403835	.1357239	1.77	0.079	-.028617	.5093839
POF	.7548687	.1190157	6.34	0.000	.5189834	.990754
EO	.0158339	.0043683	3.62	0.000	.007176	.0244919
SE	.0621137	.0391823	1.59	0.116	-.0155444	.1397718
_cons	-4.985351	1.92769	-2.59	0.011	-8.805971	-1.164732

D.3 Modèle 3 de régression (locus de contrôle)

regress MM sex lengh POF EO LOCUS

Source	SS	df	MS
Model	559.806732	5	111.961346
Residual	442.158486	109	4.05649987
Total	1001.96522	114	8.78916857

Number of obs = 115
 F(5, 109) = 27.60
 Prob > F = 0.0000
 R-squared = 0.5587
 Adj R-squared = 0.5385
 Root MSE = 2.0141

MM	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
sex	.369923	.3923617	0.94	0.348	-.4077251	1.147571
lengh	.2545685	.1239521	2.05	0.042	.0088995	.5002375
POF	.5698115	.1157184	4.92	0.000	.3404614	.7991615
EO	.0103603	.0041672	2.49	0.014	.002101	.0186197
LOCUS	-.136106	.0276088	-4.93	0.000	-.1908257	-.0813863
_cons	5.200283	1.924249	2.70	0.008	1.386484	9.014082

D.4 Modèle 4 de régression (stabilité émotionnelle)

. regress MM sex lengh POF EO ES

Source	SS	df	MS	Number of obs =	115
Model	467.241822	5	93.4483645	F(5, 109) =	19.05
Residual	534.723395	109	4.90571922	Prob > F =	0.0000
				R-squared =	0.4663
				Adj R-squared =	0.4418
Total	1001.96522	114	8.78916857	Root MSE =	2.2149

MM	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
sex	.8928575	.4225029	2.11	0.037	.0554706	1.730244
lengh	.2155424	.1402551	1.54	0.127	-.0624386	.4935235
POF	.7667766	.1195069	6.42	0.000	.5299179	1.003635
EO	.0164977	.0043741	3.77	0.000	.0078284	.025167
ES	.0663063	.0598552	1.11	0.270	-.0523247	.1849373
_cons	-3.725346	1.581183	-2.36	0.020	-6.859199	-.5914926

D.5 Modèle 5 de régression (auto efficacité généralisée)

regress MM sex lengh POF EO GSE

Source	SS	df	MS	Number of obs =	115
Model	480.251109	5	96.0502218	F(5, 109) =	20.07
Residual	521.714108	109	4.78636797	Prob > F =	0.0000
				R-squared =	0.4793
				Adj R-squared =	0.4554
Total	1001.96522	114	8.78916857	Root MSE =	2.1878

MM	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
sex	.7261674	.4172544	1.74	0.085	-.1008173	1.553152
lengh	.2312404	.1350483	1.71	0.090	-.0364211	.4989018
POF	.8130815	.1203924	6.75	0.000	.5744676	1.051695
EO	.0140348	.0044924	3.12	0.002	.005131	.0229386
GSE	.1758701	.0882027	1.99	0.049	.0010552	.3506849
_cons	-7.117785	2.563094	-2.78	0.006	-12.19775	-2.037816

D.6 Modèle 6 de régression (toutes les variables)

regress MM sex lengh POF EO SE LOCUS ES GSE

Source	SS	df	MS	Number of obs =	115
Model	587.846527	8	73.4808159	F(8, 106) =	18.81
Residual	414.118691	106	3.9067801	Prob > F =	0.0000
				R-squared =	0.5867
				Adj R-squared =	0.5555
Total	1001.96522	114	8.78916857	Root MSE =	1.9766

MM	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
sex	.1439104	.4286525	0.34	0.738	-.7059349	.9937556
lengh	.3040493	.1275726	2.38	0.019	.0511243	.5569744
POF	.5846619	.1180542	4.95	0.000	.3506078	.8187159
EO	.0062877	.0043789	1.44	0.154	-.002394	.0149694
SE	-.0542978	.0564416	-0.96	0.338	-.1661988	.0576032
LOCUS	-.1717579	.0331956	-5.17	0.000	-.2375715	-.1059443
ES	-.1165448	.0825129	-1.41	0.161	-.2801347	.047045
GSE	.2167273	.0969349	2.24	0.027	.0245445	.4089102
_cons	5.747176	3.529823	1.63	0.106	-1.25104	12.74539

BIBLIOGRAPHIE

Allport, G.W., 1937. « Personality : A psychological interpretation ». New York, Henry Holt and company.

Allport, G.W., 1961. « Pattern and growth in personality. » New York: Holt, Rinehart, and Winston.

Andrisani, P.J., et G., Nestel, 1976. « Internal-external control as contributor to and outcome of work experience ». *Journal of Applied Psychology*, 61: 156 - 165.

Anton, J.J., et D.A., Yao, 2004. « Little patents and big secrets: managing intellectual property ». *Rand journal of economics*, 35 (1): 1-22.

Arion N.P, CPP, OCP, 1997. « Keeping company secrets secret ». *Beta analytics international, Inc.*

Bandura, A., 1997. « Self-efficacy mechanism in human agency ». *American Psychologist*, 37: 122-147.

Barrick, M.R., et M.K., Mount, 1991. « The big five personality dimensions and job performance: A meta-analysis ». *Personnel Psychology*, 44 : 1-26.

Baudin, N., 2009. « Le noyau de l'évaluation de soi : revue de question Core self-evaluation : A review ». *Pratiques psychologiques*, 15 : 137-150.

Birgit S., et V.C., Gernot, 2002. « A new occupational self-efficacy scale and its relation to personality constructs and organizational variables ». *European journal of work and organizational psychology*, 11: 2.

Cattell, R., 1950. « The principal culture patterns discoverable in the syntax dimensions of existing nations ». *Journal of Social Psychology*, 32: 215-253.

Cattell, R. B., 1965. «The scientific analysis of personality ». Baltimore, MD: Penguin.

- Chen G., S.M., Gully, et D., Eden, 2004. « General self-efficacy and self-esteem: toward theoretical and empirical distinction between correlated self-evaluations ». *Journal of organizational behavior* 25(3): 375–395.
- Cheung, S.S., 1982. « Property rights in trade secrets ». *Economic inquiry*, 22: 40-53
- Cohen W.M., R.R., Nelson, et J.P., Walsh, 2000. « Protecting their intellectual assets: appropriability conditions and why U.S. ». *Working paper*, 7552 (1989).
- Coleman, D.F., G.P., Irving, et C.L., Cooper, 1999. « Another look at the locus of control-organizational commitment relationship: it depends on the form of commitment ». *Journal of Organizational Behavior*, 20: 995-1001.
- Coopersmith, S., 1967. « Parental characteristics related to self-esteem ». *The antecedents of self-esteem* (chap. 6, pp. 96-117). San Francisco: Freeman.
- Delerue, H., 2008. « Secret et confiance: substitut ou complément dans la protection des actifs intellectuels ? ». *La revue des sciences de gestion*, (233): 67-75.
- Delerue, H., et A., Lejeune, 2010. « Job mobility mechanisms and appropriability in organizations: The mediating role of secrecy and lead time ». *Technovation*, 30(5-6): 359-366.
- Di Fabio, V., Majer, B., Taralla, 2006. « Corrélatifs de la Teacher Self-Efficacy : caractéristiques personnelles et attitude envers le travail ». *Psychologie du travail et des organisations*, 12 (4) : 263-277.
- Erdheim, J., M., Wang, et M.J., Zickar, 2006. « Linking the big five personality constructs to organizational commitment », *Personality and Individual Differences*, 41 (5) : 959-970.
- Erez A., et T.A., Judge, 2001. « Relationship of core self-evaluations to goal setting, motivation, and performance. *Journal of applied psychology* ». 86(6): 1270 – 1279.
- Eysenck, H.J., 1970. « The structure of human personality » (3rd. ed.). London, UK: Methuen.
- Fine G., et L., Holyfield, 1996. « Secrecy, trust and dangerous leisure: generating group cohesion in voluntary organizations ». *Soc. Psy- chol. Q*, 59: 22–38
- Firth, G., 2006. « IP Protection Best practices Tips ». *The China Business Review*, 33 (1): 18-25.

- Fishbein, M.A., et I., AJZEN, 1975. « Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research » *Reading, MA, Addison Wesley*.
- Fosfuri A., et T., Ronde, 2004. « High-tech clusters, technology spillovers, and trade secret laws » *International Journal Of Industrial Organization*, 22 (2004): 45–65
- Friedman, D.D., M.W., Landes, et R.A., Posner, 1991. «Some economics of trade secret law » *The Journal of economic perspectives*, 5 (1): 61-72.
- Gardner, D.G., et J.L., Pierce, 1998. «Self-esteem and self-efficacy within the organizational context » *Group and Organization Management*, 23: 48–70.
- Gilad, C., G., Thomas, Goddard, J., Wendy et Casper, 2004. «Examination of the Relationships among General and Work-Specific Self-Evaluations, Work-Related Control Beliefs, and Job Attitudes » *Applied Psychology*, 53 (3) : 349–370.
- Grusky, O., 1966. « Career mobility and organizational commitment » *Administrative Science Quarterly*, 10: 488-503.
- Guilford, J.P., 1959. « Personality ». New York: McGraw- Hill.
- Hannah, D.R., 2005. « Should I keep a secret? The effects of trade secret protection procedures on employees' obligations to protect trade secrets » *Organization science*, 16 (1): 71-84.
- Hannah, D.R., 2006. « Keeping trade secrets secret » *MIT Sloan management review*, 47(3): 17-20.
- Hannah, D.R., 2007. « An examination of the factors that influence whether newcomers protect or share of their former employers » *Journal of management studies*, 44 (4): 465–487.
- Hiller N.J, D.C., Hambrick, 2005. « Conceptualizing executive hubris: the role of (hyper-) core self-evaluations in strategic decision-making » *Strategic Management Journal* 26 (4): 297–319.
- Hoff-Macan, T., M.J., Avedon, M., Paese, D.E., Smith, 1994. « The effects of applicants' reactions to cognitive ability tests and an assessment center » *Personnel Psychology*, 47: 715-38.
- Hogan, R., et J., Hogan, 1992. Hogan Personality Inventory manual. Tulsa, OK: Hogan Assessment Systems.

Hrebiniak, L. G., et J.A., Alutto, 1972. « Personal and role-related factors in the development of organizational commitment ». *Administrative Science Quarterly*, 17: 555-573.

Hsu, M.H., et F.Y., Kuo, 2003. « Une enquête de contrôle volontaire de l'éthique de l'information ». *Behaviour & Information Technology*, 22: 53-62.

Hussinger, K., 2006. « Is Silence Golden? Patents versus Secrecy at the Firm Level ». *Economics of Innovation and new technology*, 15: 735-752.

Jorm A.F., 1987. « Sex differences in neuroticism: a quantitative synthesis of published research ». *Aust N Z J Psychiatry*, 21(4): 501-6.

Judge, T.A., E.A., Locke, et C.C., Durham, 1997. « The dispositional causes of job satisfaction: A core evaluations approach ». *Research in Organizational Behavior*, 19: 151-188.

Judge, T.A, et J.E., Bono, 2001a. « Relationship of core self- evaluations traits-self-esteem, generalized self- efficacy, locus of control, and emotional stability-with job satisfaction and job performance: a meta-analysis ». *Journal of applied psychology* 86 (1): 80-92.

Judge, T.A., et J.E., Bono, 2001b. « Relationship of core self-evaluations traits—self-esteem, generalized self-efficacy, locus of control, and emotional stability—with job satisfaction and job performance: A meta-analysis ». *Journal of Applied Psychology*, 86: 80-92.

Judge, T.A., J.E., Bono, E.A., et Locke, 2000. « Personality and job satisfaction: The mediating role of job characteristics ». *Journal of Applied Psychology*, 85: 237-249.

Judge, T.A, J.E., Bono, R., Ilies et M.W., Gerhardt, 2002. « Personality and leadership: A qualitative and quantitative review ». *Journal of Applied Psychology*, 87(4): 765-779

Judge, T. A., A., Erez, et J.E., Bono, 1998. « The power of being positive: The relation between positive self-concept and job performance ». *Human Performance*, 11: 167-187.

Judge, T.A., D., Heller, et M.K., Mount, 2002. « Five-factor model of personality and job satisfaction: A Meta-analysis ». *Journal of Applied Psychology*, 87 : 530-541.

Judge, T. A., et C., Hurst, 2008. « How the rich (and happy) get richer (and happier): Relationship of core self-evaluations to trajectories in attaining work success ». *The Journal of Applied Psychology*, 93: 849-863.

- Judge, T.A., C.J., Thoresen, V., Pucik, et T.M., Welbourne, 1999. « Managerial coping with organizational change: A dispositional perspective ». *Journal of Applied Psychology*, 84: 107-122.
- Keane C., (2008). «Don't Ask, Don't Tell Secret. Their Use and Abuse in Organizations ». *Journal of management inquiry*, 17(2): 107-110.
- Kovack, K.A., M., Pruett, L.B., Samuels et C.F., Duvall, 2004. « Protecting trade secrets during employee migration: What you don't know can hurt you. *Labor law journal*, 55(2): 69-84.
- Kuldeep K., et B., Arti, 2010. « The five factor model of personality and organizational commitment: is there any relationship ». *Humanity and social sciences journal*, 5 (1): 25-34.
- Kumar, K., Bakhshi, A., 2010. « Dispositional Predictors of Organizational Commitment: A Theoretical Review ». *The IUP Journal of Organizational Behavior*, 9 (1 - 2): 87-98.
- Kutner, Nachtsheim, Neter, 2004. « Applied Linear Regression Models ».4th edition, McGraw-Hill Irwin.
- Levin, R.C., A.K., Klevorick, R.R., Nelson, et S.G, Winter, 1987. « Appropriating the returns from industrial research and development ». *Brookings papers on economic activity*, 1987 (3): 783-820.
- Levin, C.A., 1997. « Economic Espionage Act: A Whole New Ball Game ». *New York law journal*, 5, disponible dans Lexis-Nexis (Legal News).
- Levinson, H., 1963. « Men Management and mental health ». Cambridge, MA :*Harvard University press*.
- Liebeskind, J.P, 1997. « Keeping organizational secrets: protective institutional mechanisms and their costs ». *Industrial and corporate change*, 6 (3): 623-663.
- MacNeil, I.R., 1985. « Relational contract: what we do and do not know ». *Wisconsin law review*: 483-525.
- Mathieu J.E. et D.M., Zajac, 1990. « A review and meta-analysis of the antecedents,correlates and consequences of organizational commitment ». *Psychological Bulletin*, 108.

Matzler, K., B., Renzl, T., Mooradian, G., Von Krogh, et J., Müller, 2011 (Janvier). « Personality traits, affective commitment, documentation of knowledge, and knowledge sharing ». *International Journal of Human Resource Management*, 22(2):296–310.

Maurer, S.D., et M.T., Zugelder, 2000. « Trade secret management in high technology: a legal review and research agenda ». *The Journal of high technology management research*, 11 (2): 155–174.

Meyer, J., et N., Allen, 1991. « A three-component conceptualization of organizational commitment ». *Human resource management review*, 1:64–98.

Meyer, J.P., et L., Herscovitch, 2001. « Commitment in the workplace: Toward a general model ». *Human resource management review*, 11: 299–326.

Meyer, J.P., D.J., Stanley, L., Herscovitch, L., et Topolnytsky, 2002. « Affective, continuance and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences ». *Journal of vocational behavior*, 61: 20–52.

Meyer, J.P., T.H., Becker et C., Vandenberghe, 2004. « Employee commitment and motivation: an conceptual analysis and integrative model », *Journal of Applied Psychology*, 89 (6): 991–1007.

Miller, D., 1983. « The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms ». *Management Science* 29 (7) : 770–791.

Miller, D., M.E. Kets de Vries, et R., Toulouse (1982). « Top Executive, Locus of Control, and Its Relationship to Strategy Making, Structure, and Environment ». *Academy of Management Journal*, 25: 237–253.

Miller, D., et J.M. Toulouse, 1986. « Chief Executive Personality and Corporate Strategy and Structure in Small Firms ». *Management Science*, 32 (11): 1389–1409.

Mottaz, C., 1988. « Determinants of organizational commitment ». *Human Relations* 41: 359–378.

Pearce, J.L., 1993. « Toward an organizational behavior of contract laborers: their psychological involvement and effects on employee co-workers ». *Academy of management journal*, 36 (5): 1082–1096.

- Penley, L.E., et S., Gould, 1988: « Etzioni's model of organizational involvement: a perspective for understanding commitment to organizations ». *Journal of organizational behavior*, 9: 43-59.
- Ployhart, R., B.C., Lim, et K.Y., Chan, 2001. « Exploring relations between typical and maximum performance ratings and the five factor model of personality ». *Personnel Psychology*, 54: 809-843.
- Raja, U., G., Johns, et F., Ntalianis, 2004. « The Impact of Personality on Psychological ». *The Academy of management journal*, 47(3): 350-367.
- Richard, L., Wambach et A., Abraham, 1979. « Age, sex, neuroticism, and locus of control ». *Psychological Reports*, 44: 1055-1058.
- Ronde, T., 2001. « Trade secrets and information sharing ». *Journal Of Economics & Management Strategy*, 10 (3): 391-417.
- Robinson, S.L., M.S., Kraatz, et D.M., Rousseau, 1994. « Changing Obligations and the Psychological Contract: A Longitudinal Study ». *Academy of management journal*, 37 (1) : 137-152.
- Rolland, J.P., 2004. « L'évaluation de la personnalité : le modèle en cinq facteurs ». *Mardaga, Sprimont, Belgique*.
- Rosenberg, M., 1965. « Society and the adolescent self-image ». *Princeton University Press, Princeton, NJ*.
- Rousseau, D.M., 1989. « Psychological and implied contracts in organizations ». *Employee responsibilities and rights journal*, 2: 121-139.
- Rousseau, D.M., 1990. « New hire perceptions of their own and their employer's obligation: A study of psychological contracts. *Journal of organizational behavior*, 11: 389-400.
- Rousseau, D.M., 1995. « Psychological contracts in organizations: Understanding written and unwritten agreements ». *Thousand Oaks, CA: Sage Publications*.
- Roux, S., et M., Dussault, 2007. « Engagement organisationnel et citoyenneté organisationnelle d'enseignants ». *Nouveaux cahiers de la recherche en éducation*, 10 (2) :151-164.

- Saucier, G., 1994. « Mini-markers : a brief version of Goldberg's unipolar Big-Five markers ». *Journal of Personality Assessment*, 63 (3): 506-516.
- Schyns, B., Von Colane, G., 2002. « A New Occupational Self-efficacy Scale and Its Relation to Personality Constructs and Organizational Variables ». *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 11 (2): 219-41.
- Settoon, R.P., N., Bennett, et R.L., Liden, 1996. « Social exchange in organization: Perceived organizational support, leader-member exchange, and employee reciprocity ». *Journal of applied psychology*, 81 : 219-227.
- Sylvie, G., et B., Kathleen, 2008. « La relation d'emploi : état actuel de la question ». *Relations industrielles*, 63 (3): 393-424.
- Tremblay, M., D., Chênevert, G., Simard, M., Lapalme, et O., Doucet, 2005. « Agir sur les leviers organisationnels pour mobiliser le personnel : le rôle de la vision, du leadership, des pratiques de GRH et de l'organisation du travail ». *Gestion*, 30 (2).
- Vallières, E.F., et R.J., Vallerand, 1990. « Traduction et validation canadienne-française de l'échelle de l'estime de soi de Rosenberg ». *International Journal of Psychology*, 25: 305-316.
- Vandenabeele, W., 2009. « The mediating effect of job satisfaction and organizational commitment on self-reported performance: more robust evidence of the PSM-performance relationship ». *International Review of Administrative Sciences*, 75 (1): 11-34.
- Verquer, M.L., T.A., Beehr, S.H., Wagner, 2003. « A meta-analysis of relations between person-organization fit and work attitudes ». *Journal of Vocational Behavior*, 63 (3):473-89.
- Wiener, Y., 1982. « Commitment in organizations: A normative view ». *Academy of management review*, 7: 418-428.
- Zabojnik, J., 2002. « A theory of trade secrets in firms ». *International economic review*, 43 (3):831-855.